



DIPLOMARBEIT

Herr
Martin Brandner

**Kundenzufriedenheit durch
Direktannahme im Autohaus**

Mittweida, 2013

Wirtschaftsingenieurwesen

DIPLOMARBEIT

Autor:

Herr Martin Brandner

Studiengang:

Wirtschaftsingenieurwesen

Seminargruppe:

KW09w2WA

Erstprüfer:

Prof. Dr. Andreas Hollidt

Zweitprüfer:

Prof. Dr. Johannes N. Stelling

Einreichung:

Mittweida, 31.07.2013

Bibliografische Beschreibung:

Brandner Martin: Kundenzufriedenheit durch Direktannahme im Autohaus-2013.-60 Seiten,-Mittweida, Hochschule Mittweida, Wirtschaftsingenieurwesen, Diplomarbeit, 2013

Referat:

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Steigerung der Kundenzufriedenheit im Autohaus durch die professionelle Umsetzung der Direktannahme. Die Vorteile der Direktannahme liegen eindeutig auf der Hand, sie wird aber dennoch nur sehr wenig in den Autohäusern angeboten. Die meisten Probleme liegen in der organisatorischen Umsetzung. Hauptsächlich erfolgt die Terminvergabe in der Früh, da auch zu dieser Zeit der Mechaniker zu arbeiten beginnt. Die Kunden werden nach einem "Fließband Prinzip" angenommen, deshalb bleibt wenig Zeit für den Kunden. Alleine das Verändern der organisatorischen Prozesse ermöglicht eine erfolgreiche Umsetzung der Direktannahmen. Durch erhalten von Transparenz und Vertrauen des Kunden steigen die Kundenzufriedenheit und der Umsatz im Autohaus.

Inhalt

Inhalt.....	IV
Abbildungsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung	3
1.3 Methodisches Vorgehen	4
2 Kundenzufriedenheit durch Direktannahme im Autohaus	6
2.1 Kundenloyalität- Entwicklung im Kundendienst	6
2.2 Instrument Direktannahme	12
2.3 Die Rahmenbedingungen für eine Direktannahme.....	19
3 Prozessorganisation für die Umsetzung der Direktannahme.....	31
3.1 Bauliche Prozessoptimierung	31
3.2 Personelle Prozessoptimierung	32
3.3 Organisationelle Prozessoptimierung	39
4 Zusammenfassung.....	57
5 Literaturverzeichnis	60
Selbstständigkeitserklärung	

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kundenzufriedenheitsbefragung vom Autohaus Neubauer	2
Abbildung 2: Reparaturaufwand nach KFZ- Alter in Euro	7
Abbildung 3: Grad der Verärgerung	8
Abbildung 4: Gründe für Werkstattwechsel.....	9
Abbildung 5: Wartung nach Fahrzeugalter	11
Abbildung 6: Säulen der Kundenzufriedenheit.....	12
Abbildung 7: Unterschied Dialog- und Direktannahme	13
Abbildung 8: Wertschöpfung Direktannahme	14
Abbildung 9: Gewinnzusammensetzung im Autohaus	17
Abbildung 10: Hinweisschild Direktannahme.....	19
Abbildung 11: Schnittstelle Serviceberater	23
Abbildung 12: Werkstattprozesse	29
Abbildung 13: Verantwortliche im Serviceprozess.....	30
Abbildung 14: Checkliste Direktannahme	42
Abbildung 15: Checkliste Probefahrt	43
Abbildung 16: Checkliste 10 Punktecheck.....	44
Abbildung 17: Checkliste Terminverzerrung	47

„Das erste Fahrzeug des Kunden verkauft der Verkäufer, das zweite Fahrzeug der Service“

1 Einleitung

Das Automobil hat im Vergleich zu anderen Produkten in unserer Gesellschaft einen hohen Stellenwert. Nach dem eigenem Haus ist das Auto die zweitgrößte Investition vom Privathaushalt. Trotz hoher Kraftstoff-, Anschaffungs- und Unterhaltskosten steht das Auto noch immer weit oben auf der Liste der erstrebenswerten Anschaffungen in diesem Zeitalter. Wer beim Kauf seines Autos viel Geld ausgibt stellt einen hohen Erwartungswert an dessen fehlerfreien Funktion über einen längeren Zeitraum. Meistens wird gute Qualität mit den hohen Preis verbunden.

1.1 Problemstellung

Bei der Kundenzufriedenheitsbefragung werden besonders die Punkte wie Erläuterung der Arbeit vor Durchführung, Preis/ Leistungsverhältnis und die Qualität der Rechnungserklärung schlechter von den Kunden bewertet. Um eine Verbesserung in diesen Punkten zu erlangen ist eine erfolgreiche Umsetzung der Direktannahme erforderlich. Durch den Einsatz der Direktannahme (gemeint ist die Annahme des Fahrzeuges im Dabeisein des Kunden) können die Kundenzufriedenheit sowie die Marktausschöpfung und Wirtschaftlichkeit im Autohaus gesteigert werden.¹

Im Autohaus Neubauer werden die Kunden nach den Werkstattbesuch zu ihrer Kundenzufriedenheit befragt. Die Customer Satisfaction Survery (CSS) ist eine telefonische Kundenzufriedenheitsanalyse der Volkswagen AG im Servicebereich. Durch die CSS Befragung bekommt die Vertragswerkstätte regelmäßige Rückmeldung über die Kundenzufriedenheit ihrer Kunden und dient zur Erkennung und Beseitigung ihrer betriebsindividuellen Schwächen. Bei der anschließenden Auswertung wird ein Ranking der einzelnen VW und Audi Betrieben in Österreich vom Importeur erstellt.²

¹ Vgl. Volkswagen AG, Service Kernprozess Dialogannahme ,2008

² Vgl. Porsche Austria: Kundenzufriedenheitsbefragung 2011,Url: < www.partner.net>, 03.06.2013

Auf Grund einer Bonus- Malus- Regelung bedeutet ein schlechtes Ranking die Streichung von zusätzlichen Rabatten auf die bestellten Ersatzteile. Dabei verliert das betroffene Unternehmen einen erheblichen Umsatz im Jahr.

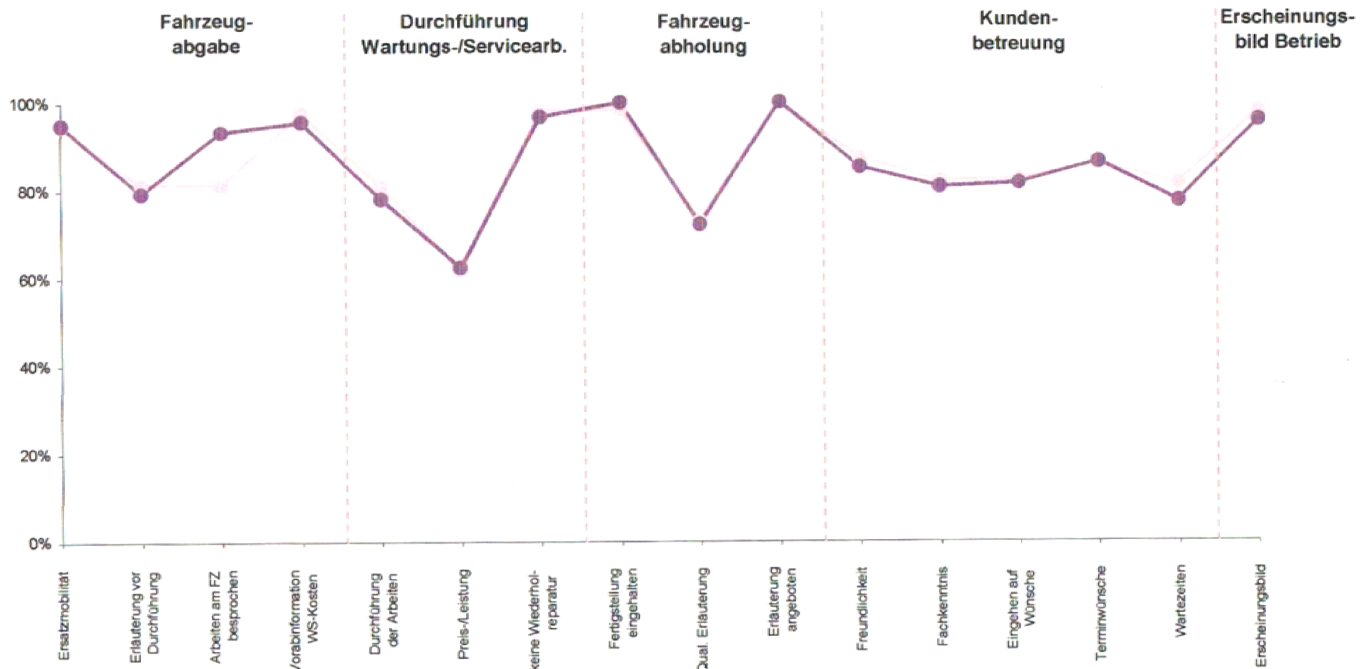


Abbildung 1: Kundenzufriedenheitsbefragung vom Autohaus Neubauer³

Betrachtet man die Auswertung der Kundenzufriedenheit genauer so ist festzustellen das im Autohaus Neubauer noch die Punkte wie Erläuterung der Arbeit vor Durchführung, Preis/ Leistungsverhältnis und die Qualität der Rechnungserklärung einen Potential zur Verbesserung aufweisen.⁴

Im Autohaus Neubauer wird zwar die Direktannahme den Kunden angeboten und auch auf Kundenwunsch durchgeführt. Auf diese Weise werden die von Audi geforderten Standards erfüllt. Dabei liegen die tatsächlichen durchgefahrenen Direktannahmen bei maximal ein bis zwei am Tag. Auf Grund von der vorhandenen personellen Struktur und dem organisatorischen Ablauf kann die Direktannahme nicht erfolgreicher durchgeführt werden.

³ Abbildung entnommen aus: Porsche Austria: Kundenzufriedenheitsbefragung 2011, Url: <www.partner.net>, 03.06.2013

⁴ Vgl. Porsche Austria: Kundenzufriedenheitsbefragung 2011, Url: < www.partner.net>, 03.06.2013

Warum die Direktannahme im Autohaus Neubauer nicht optimal funktioniert:

Zeitmangel

- Der Kundenberater wird für die benötigte Zeit zur Durchführung der Direktannahme nicht entlastet.
- Die Termine werden nicht auf den Tag verteilt, die hauptsächlichen Annahmezeiten sind um 07.30- 08.30Uhr und um 13.00- 14.00Uhr.

Platzmangel

- Die Direktannahme wird zweckentfremdet. Die Mechaniker verwenden die Direktannahme gerne für eine Schnellreparatur (Reparaturen mit einem Werkstattaufenthalt von ca. einer Stunde). Da die Direktannahme baulich von der Werkstätte getrennt ist wird sie oft für ein Lackansuchen verwendet und wird dabei teilweise bis zu einer Stunde blockiert. Außerdem wird die Einfahrt oft von den Kunden zugeparkt.

Organisatorischer Ablauf

- Schlechte Termineinplanung, Terminvorbereitung (Mobilität)
- Fehlende Struktur bei der Durchführung der Direktannahme
- Fehlende Bekanntheit der Direktannahme beim Kunden

1.2 Zielsetzung

Durch den Einsatz der Direktannahme müssen sich die Kundenzufriedenheitsbefragungen der Hersteller bzw. Importeure positiv verbessern. Mit Hilfe der Direktannahme wird das Vertrauen des Kunden in das Autohaus gesteigert. Neben dem freundlichen Empfang und der persönliche Beratung des Serviceberaters am Fahrzeug wird der gesamte Auftragsumfang, mit dem Kunden, festgelegt. Es kann im Vorfeld bereits der gesamte Arbeitsumfang und der anschließende Abholtermin fixiert werden. Mit der Rechnungserklärung bei der Fahrzeugabholung wird der Kundennutzen noch einmal hervorgehoben.

Zusätzliche Arbeitsumfänge können den Kunden gezeigt werden und nach anschließender Kontrolle der Auslastung und Verfügbarkeit der Ersatzteile ein genauer Fertigstellungstermin genannt werden. Eine Nachträglich Auftragserweiterung ist oft sehr mühsam und das lästige Aufbewahren der Altteile fällt gänzlich weg. Gleichzeitig kann ein nachvollziehbarer Reparaturumfang dem betroffenen Mechaniker präsentiert werden.

Mit der Einführung der Direktannahme sind in den meisten Autohäuser mit einer Investition zu rechnen. Auf langfristiger Sicht ist mit einer deutlichen Verbesserung der Kundenloyalität zur Werkstatt und Marke zu rechnen, davon profitieren das Autohaus, der Importeur und der Hersteller.

Für ein Autohaus ist die Umsetzung der Direktannahme eine Steigerung der Kundenzufriedenheit, eine Steigerung des Umsatzes sowie eine Optimierung der Annahmeprozesse. Schlussendlich tragen diese zu einer Sicherung der Arbeitsplätze im Unternehmen bei.

Der Kunde hat die Auswahl welches Autohaus er aufsucht. Der Erfolg des Autohauses ist von der Kundenzufriedenheit seiner Kunden bestimmt, denn sie bestimmt ob der Kunde wiederkommt.

1.3 Methodisches Vorgehen

Um die Kundenzufriedenheit und den Erfolg des Unternehmens zu steigern ist eine kontinuierliche Durchführung der Direktannahme erforderlich. Zur Durchführung der Direktannahme muss der Serviceberater von administrativen Tätigkeiten entlastet werden. Das wichtigste Team für eine gute Funktion der Direktannahme ist die Serviceassistentin und der Serviceberater⁵.

Damit die Direktannahme überhaupt reibungslos funktioniert müssen einige Grundvoraussetzungen im Autohaus in Hinsicht auf Organisation und Ablauf verändert werden.

⁵ Vgl. Wagner E., 2007, Aktiver Serviceverkauf

- Serviceberater vom Telefondienst befreien
- Terminverzerrung, Annahmezeiten über den Tag verteilen
- Kundenempfang am Infoschalter von der Serviceassistentin
- Schnellen Zugriff auf die Datenbank ermöglichen⁶

Dies wird erreicht durch die Optimierung der Prozessorganisation im Autohaus Neubauer. Die Prozessoptimierung wird in drei Gruppen unterteilt, in die bauliche, personelle und in die organisatorische Prozessoptimierung. In der einzelnen Prozessoptimierung werden die Maßnahmen im Autohaus beschrieben die für einen erfolgreichen Einsatz der Direktannahme erforderlich sind.

1. Bauliche Prozessoptimierung

- Verbesserung der Verfügbarkeit der Direktannahme, neu Gestaltung der Direktannahme für zusätzliche Verkäufe

2. Personelle Prozessoptimierung

- Gewinnung der benötigten Zeit für die Direktannahme, Schulung der Mitarbeiter

3. Organisatorische Prozessoptimierung

- Bildung verschiedener Annahmearten, Erstellung von Checklisten,

⁶ Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

2 Kundenzufriedenheit durch Direktannahme im Autohaus

2.1 Kundenloyalität- Entwicklung im Kundendienst

Auswirkungen von Zufriedenheit und Unzufriedenheit

Unzufriedenheit bei Kunden kann sich wie folgt auf das Unternehmen auswirken:

- Unzufriedenheit führt zur Abwanderung der bestehenden Kunden
- Unzufriedene Kunden betreiben eine negative Mund zu Mundpropaganda und berichten dies zehn bis zwölf weiteren Personen
- Die Gewinnung neuer Kunden ist mühsam und verursacht gegenüber Stammkunden das vier- bis sechsfache an den Kosten⁷

Grundsätzlich stellt sich die Kundenzufriedenheit in der Automobilbranche aus mehreren Einzelfaktoren zusammen, diese sind: Fahrzeugeindruck und Fahrzeugattraktivität, Fahrzeugqualität, Fahrzeugzuverlässigkeit, Unterhaltskosten sowie die Servicezufriedenheit der Vertragswerkstätte.⁸

Ein vorrangiges Ziel des Unternehmens sollte es sein den Kunden an sich zu binden, damit dieser wieder ein Fahrzeug kauft.

Die Kundenbindung ist ein strategisches Ziel vieler Unternehmen. Die dafür benötigten Maßnahmen sind aber sehr komplex und es wird meistens nur ein Bruchteil verwendet bzw. vom Unternehmen umgesetzt.⁹

Je nach Art des Werkstattbesuches ist die Ausgangserwartung des Kunden grundsätzlich erfreulich bis negativ. Die Ausgangserwartung ist stark vom Grund sowie von vergangenen Erfahrungen mit dem Autohaus abhängig. Dabei kann ein technischer Defekt und den damit verbundenen Werkstattbesuch eine Unzufriedenheit beim Autobesitzer auslösen.

⁷ Vgl. Bruhn M., Homburg C., Handbuch Kundenbindungsmanagement

⁸ Vgl. J. D. Power 2013, Vehicle Ownership Satisfaction Study (VOSS), Deutschland, URL: <www.europe.jdpower.com/products/research>, 02.06.2013

⁹ Vgl. Meffert H., Bruhn M., 2006 Dienstleistungsmarketing

Wenn nicht gerade ein planmäßiger Besuch wie ein Service ansteht ist der Werkstattbesuch mit einem Defekt am Fahrzeug auszugehen. Die damit verbundenen Kosten sowie der Zeitaufwand dienen bestenfalls der Wiederherstellung des Ausgangszustandes des Fahrzeuges, einen Zusatznutzen hat der Kunde im Regelfall nicht. Meistens wird der Tagesablauf durch den Werkstattbesuch unterbrochen und ist mit Geld, Zeit und Mobilitätseinschränkungen für die betroffene Person verbunden. Durch diese unterschiedlichen Gründe ist auch die Verärgerung oder die Erwartung der Kunden unterschiedlich. Dies bedeutet, dass die Aufgabe der Werkstätte darin liegt dieses negative Potential auf ein neutrales, im besten Fall auf eine positives Erlebnis zu ändern.¹⁰

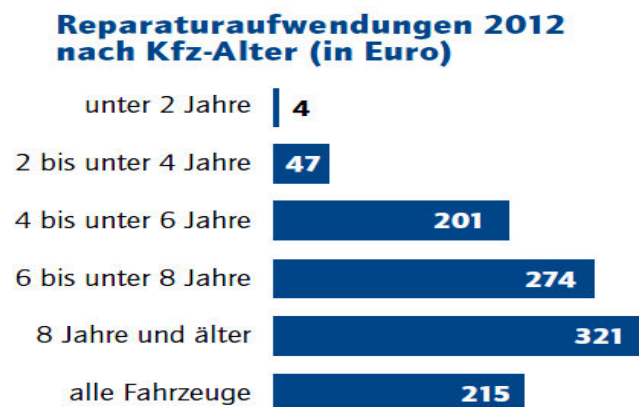


Abbildung 2: Reparaturaufwand nach KFZ- Alter in Euro¹¹

Möglich Gründe für einen Werkstattaufenthalt sind z. B.: Servicearbeiten wie Ölwechsel, Inspektionsservice, Verschleißteilreparaturen, wiederkehrende Begutachtungen §57a, Reifenwechsel, aber auch Pannen. Die jeweilige Erwartung und der Grad der Verärgerung des Kunden sind unterschiedlich und sind abhängig von Grund des Werkstattbesuches.

In der folgenden Tabelle werden die häufigsten Gründe eines Werkstattaufenthaltes und der dafür vergleichbaren voraussichtlichen Verärgerung dargestellt. Die vorrausichtliche Verärgerung bzw. Kundenzufriedenheit wird mit einer Bewertung nach dem Schulnotensystem dargestellt.

¹⁰ Vgl. Rudolph A., Sieg C., Der professionelle Serviceberater

¹¹ Abbildung entnommen aus: DAT Report 2013, URL: <www.dat-report.de>, 10.06.2013

Note:	Gründe für Werkstattbesuch	Grad der Verärgerung
1- 2	Fahrzeugausstellung, Fahrzeugpräsentation, Abholung eines Neuwagens, Gebrauchtwagens	zufriedenes Empfinden
2- 3	Servicearbeiten, Reifenwechsel, Pickerlüberprüfung §57a, Lampenwechsel, Verschleißteilreparaturen, Urlaubscheck, Sicherheitscheck	neutrales Empfinden
4- 5	Wiederholreparatur, Pannen (liegenbleiben des Fahrzeuges),	unzufriedenes Empfinden

Abbildung 3: Grad der Verärgerung (eigene Darstellung)

Die Auswirkungen für die Kundenzufriedenheit und der Kundenunzufriedenheit ist bei den einzelnen Kunden verschieden. Eine Kundenzufriedenheit führt zu einer positiven Mund zu Mund Propaganda, der Kunden empfiehlt das Unternehmen weiter, eine Kundenunzufriedenheit führt zu einer negativen Mund zu Mund Propaganda und in weitere Folge zur Beschwerde oder Abwanderung des Kunden.

Kundentreue

Die einzelne Kundentreue hängt von dem Alter seines Fahrzeuges ab. Bei durchzuführenden Wartungsarbeiten sowie bei Verschleißteilreparaturen werden zur Behebung der Mängel immer mehr in freie Werkstätten oder im Do- it yourself-Verfahren durchgeführt. In den ersten vier Jahren wird vom Kunden noch auf das Vertrauen der Fachwerkstätte gesetzt nach dem vierten Jahr ist eine starke Tendenz zum Wechsel in die freien Werkstätte zu bemerken.¹²

¹² Vgl. DAT Report 2013, URL: <www.dat-report.de>, 10.06.2013

Der häufigste Grund für eine Abwanderung in eine freie Werkstatt sind die Kosten. Freie Werkstätten können durch einfache Unternehmensstruktur einen günstigeren Stundensatz anbieten als die Vertragswerkstätten.¹³

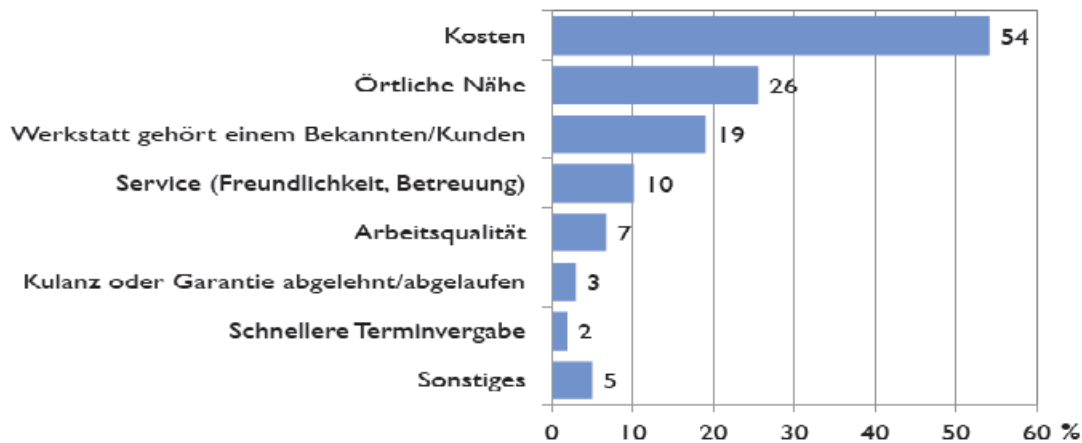


Abbildung 4: Gründe für Werkstattwechsel¹⁴

Herausforderungen im Service

- starke Mitbewerber, Kundenbindung ist in den letzten Jahren durch die global verstärkte Wettbewerbsintensität sowie die Sättigung vieler Märkte zu einem zentralen Thema geworden
- Wandel der Technik, Auto war ein technische Gefährt mit Reparaturbedarf, Umfassender Servicebedarf wie: Einstellen der Ventile oder das Nachziehen der Zylinderköpfe, zusätzlich wurden die Wartungsintervalle immer länger. Auf Grund von rückläufigen Servicebedarf pro Fahrzeug und der verbesserten Fahrzeugqualität muss das Unternehmen Fahrzeuge im Segment 2 und 3 (Fahrzeuge die älter als drei Jahre sind) gewinnen
- Wandel im KFZ- Betrieb, höherer Bedarf an Technikkomponenten, Diagnosegeräte, informelle Datenbanken, höherer Schulungsaufwand
- Jeder Kunde ist individuell und fordert entsprechende Beratungs- und Betreuungsqualität, die größten Chancen ergeben sich aus direkten Kundenkontakt¹⁵

¹³ Vgl. Tema- Q Marktforschung, Servicequalität für Firmenfahrzeuge, URL: <www.tema-q.de>, 01.07.2013

¹⁴ Abbildung entnommen aus: Tema- Q Marktforschung, Servicequalität für Firmenfahrzeuge, URL: <www.tema-q.de>, 01.07.2013

¹⁵ Vgl. Diez W., Reindl St., Brachar H., Grundlagen der Automobilwirtschaft, 2012

Der DAT- Report 2013 veranschaulicht die Entwicklung der Vertragswerkstätten und verdeutlicht die Dringlichkeit der Kundenbindung.

Im vergangenem Jahr konnten die freien Werkstätten im Werkstattgeschäft zulegen, hingegen die Vertragswerkstätten konnten ihr Vorjahres Ergebnis kaum noch erreichen. Außerdem hat sich das Verhältnis zwischen der Vertragswerkstätte und den freien Werkstätte in den letzten Jahren verändert, die DAT- Untersuchung zeigt deutlich das die freien Werkstätten zulegen konnten. Außerdem sind die Wartungsarbeiten pro Fahrzeug im letzten Jahr von 0,96 auf 0,90 zurückgegangen. Dieser Wert lag im Jahr 2003 noch auf 1,20 pro Fahrzeug. Dazu kommt noch, dass bei der Betrachtung des gesamten Kundendienstverhalten man von einem sogenannten Wartungs- Soll spricht. Das ist die Zahl der Wartungen die nach Herstellerempfehlungen durchgeführt werden sollten. Die vom Hersteller empfohlenen Wartungsintervalle sind entweder nach einer gewissen Zeit oder nach einer gewissen Fahrleistung fällig. So ergibt sich beim Wartungs- Soll ein Zusammenhang mit der jährlichen Fahrleistung. Im Laufe der letzten Jahre hat der Fahrzeughersteller die Wartungsintervalle immer mehr verlängert, dies hat zu folge, dass der Wartungs- Soll immer kleiner wird. Das kann für die Autohäuser einen weiteren Auftrags- und Umsatzrückgang bedeuten. Der ständig steigende Anteil der Elektronik macht die Fahrzeuge immer komplizierter, was dazu führt, dass Fahrzeugbesitzer immer häufiger für Wartungs- und Reparaturarbeiten die Hilfe der Vertragswerkstätten in Anspruch nehmen müssen. Steigende Fahrzeug- Unterhaltskosten, die wesentlich vom Kraftstoffpreis abhängen, können dazu führen, das ein Teil der Fahrzeugbesitzer diese Unterhaltskosten durch nicht einhalten der Wartungsarbeiten zu kompensieren versucht. Der Rückgang der Wartungsarbeiten in der Vertragswerkstätte ist auch im Zusammenhang mit dem Fahrzeugalter festzustellen. Dabei können die freien Werkstätten mit 49 Prozent deutlich mehr Fahrzeuge ab dem achten Betriebsjahr warten als die Vertragswerkstätten.¹⁶

¹⁶ Vgl. DAT Report 2013, URL: <www.dat-report.de>, 10.06.2013

Wettbewerber im Servicemarkt

Die Marktanteile am Servicemarkt teilen sich wie folgt auf:

1. Vertragswerkstätten (markengebundene Autohäuser)
2. Freie Werkstätten (ohne Markenvertrag)
3. Fachmärkte (Forstinger, ATU, Pitstop...)
4. Tankstellen
5. Do- it Yourself (Freunde, Bekannte, Schwarzarbeit)

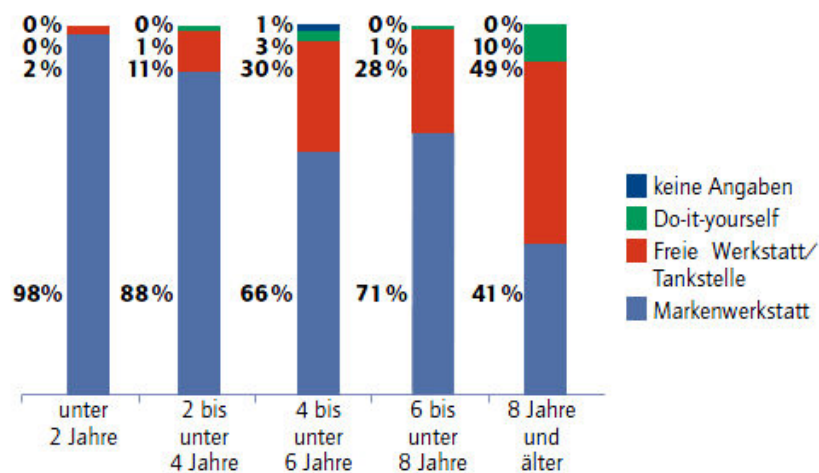


Abbildung 5: Wartung nach Fahrzeugalter¹⁷

Vertragswerkstätten müssen sich in der Gegenwart sowie auch in der Zukunft der Herausforderung der Erhöhung der Kundenzufriedenheit bzw. der damit Verbundenen Kundenbindung stellen.

Dabei haben gerade die Vertragswerkstätten das Problem, dass die Kunden nach Ablauf der Garantiezeit verstärkt zu freien Werkstätten wechseln. Als hauptsächlicher Grund für die Abwanderung sind vor allem die hohen Kosten der Vertragswerkstätten verantwortlich. Dadurch müssen sich die Vertragswerkstätten mit besondere Dienstleistungen, Serviceangebote und hohe Qualitätsstandards gegenüber freier Werkstätten abgrenzen. Für die Vertragswerkstätten gilt es jene Faktoren zu finden, welche die Kundenzufriedenheit und die damit verbundenen Kundenbindung steigern.¹⁸

¹⁷ Abbildung entnommen aus: DAT Report 2013, URL: <www.dat-report.de>, 10.06.2013

¹⁸ Vgl. DAT Report 2013, URL: <www.dat-report.de>, 10.06.2013

Die Kundenzufriedenheit ist die Grundlage für die Zukunft eines jeden Autohauses. Dabei spricht man von zwei Säulen, der Produktzufriedenheit und der Servicequalität. Die Servicequalität ist ausschlaggebend ob das nächste Auto wieder im selben Autohaus vom Kunden gekauft wird. Die Produktzufriedenheit kann nur der Hersteller beeinflussen und ist stark vom Image der Marke abhängig. Der Service im Autohaus trägt zum wesentlichen Erfolg des Unternehmens bei. Eine freundliche sowie zuverlässige Betreuung des Kunden ist eine Voraussetzung für eine hohe Kundenzufriedenheit und der damit verbundenen Kundenbindung an das Autohaus.¹⁹

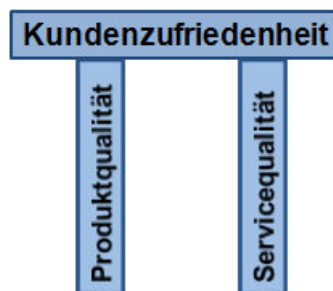


Abbildung 6: Säulen der Kundenzufriedenheit²⁰

2.2 Instrument Direktannahme

Die Direktannahme umfasst alle Maßnahmen und Abläufe bei der Annahme und Begutachtung der Kundenfahrzeuge auf der Hebebühne im Dabeisein des Kunden. Im Vordergrund der Direktannahme stehen der Aufbau und die Vertiefung einer Kundenbeziehung zum Autohaus. Die Entscheidungen sollen immer im Sinne des Kunden gefällt werden. Es soll der Kunden selbst entscheiden, welcher Arbeitsaufwand an seinem Fahrzeug durchgeführt wird. Der Kunde benötigt für seine Entscheidung eine fachliche Beratung. Nicht jeder Mangel muss sofort behoben werden, es reicht wenn der Kunde auf die Auswirkungen einer späteren Behebung aufmerksam gemacht wird.²¹

¹⁹ Vgl. Volkswagen AG, Service Kernprozess: Auftaktband ,2007

²⁰ Abbildung in Anlehnung an: Volkswagen AG, Service Kernprozess: Auftaktband ,2007

²¹ Vgl. Wagner E., 2007, Aktiver Serviceverkauf

Dialogannahme zur Direktannahme aus Autohaus Sicht und aus betriebswirtschaftlicher Betrachtung

Die Begriffe Direktannahme und Dialogannahme werden regional unterschiedlich verwendet. In Österreich wird vorwiegend der Begriff Direktannahme (Annahme im Dabeisein des Kunden) gebraucht, hingegen wird in Deutschland für dieselbe Durchführung der Annahme der Begriff Dialogannahme benützt. In dieser Arbeit wird die Definition der Direktannahme verwendet. Die reine Dialogannahme hat im Mittelpunkt das Gespräch mit dem Kunden. Der Reparaturauftrag wird mit dem Kunden von der Serviceassistentin oder dem Serviceberater an seinem Arbeitsplatz, im Büro des Autohauses durchgeführt. Bei der Direktannahme wird hingegen die Annahme mit dem zuvor erstellten Vorauftrag in Anwesenheit des Kunden bei seinem Fahrzeug auf der Hebebühne durchgeführt. Natürlich hat die Direktannahme einen höheren organisatorischen Aufwand als herkömmliche Reparaturannahmen. Außerdem erfordert die Beratung des Kunden am Fahrzeug mehr Zeit und setzt eine hohe Disziplin aller Mitarbeiter bei der Einhaltung der Prozesse voraus.²²

Dialogannahme	Direktannahme
Dialog	Diagnose
über Dialog zur Diagnose	aktive Prüfung des Fahrzeuges
Kunden Check- In	Fahrzeug- Check
nachträgliche Auftragserweiterung	direkte Auftragserweiterung mit dem Kunden
quantitativ	qualitativ

Abbildung 7: Unterschied Dialog- und Direktannahme²³

²² Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

²³ Abbildung in Anlehnung an: Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

Welche Vorteile bringt die Direktannahme einem Autohaus?

1. Das Autohaus mit einer Direktannahme weist eine höhere Kundenzufriedenheit aus
2. Durch die Direktannahme kann der Kundenkontakt persönlicher gepflegt werden
3. Die Direktannahme führt zu genaueren Termineinhaltung
4. Durch die Direktannahme kann die Wartezeit für den Kunden verkürzt werden
5. Die Direktannahme schafft Transparenz und Vertrauen
6. Die Direktannahme führt zu höheren Umsätzen und in weiterer Folge zu höheren Erträgen
7. Die Reklamationsquote kann reduziert werden
8. Durch die Direktannahme kann sich ein Autohaus von der Konkurrenz abheben (Differenzierungsfaktor)
9. Fix first visit wird erreicht²⁴

Was bringt die Direktannahme dem Autohaus?

Der kontinuierliche Einsatz der Direktannahme ermöglicht die Steigerung der Servicequalität, Marktausschöpfung und der Wirtschaftlichkeit.²⁵

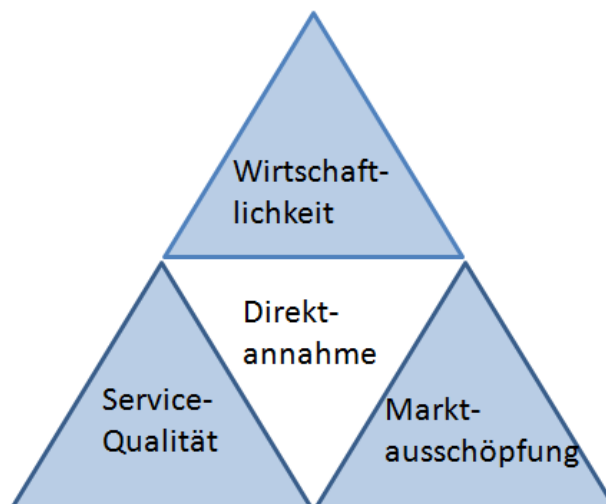


Abbildung 8: Wertschöpfung Direktannahme²⁶

²⁴ Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

²⁵ Vgl. Volkswagen AG, Service Kernprozess Dialogannahme ,2008

²⁶ Abbildung in Anlehnung: Volkswagen AG, Service Kernprozess Dialogannahme ,2008

Servicequalität

Die Servicequalität beinhaltet die Betreuungsqualität und die Arbeitsqualität.

Betreuungsqualität

Das Kundenvertrauen durch Kompetenz und Transparenz gewinnen. Wenn sich der Kunde kompetent beraten fühlt und fair behandelt wird, dann kommt er auch wieder für den nächsten Auftrag ins Autohaus. Mit Hilfe der Direktannahme erreicht das Autohaus Kompetenz und Transparenz.

Durch die Durchführung der Direktannahme von einer freundlichen und fachkundigen Person, erhält der Kunde einen Eindruck von der Kompetenz des Autohauses. Der Kunde fühlt sich gut aufgehoben und empfindet einen Nutzenvorteil gegenüber anderen Autohäusern ohne Direktannahme. Der Kunde kann sich selbst ein Bild von dem Zustand seines Fahrzeuges machen und kann die Notwendigkeit für die Durchführung der Arbeiten nachvollziehen. Der Reparaturbedarf wird in Anwesenheit des Kunden festgestellt und eine genaue Rechnungssumme sowie ein genauer Fertigstellungstermin kann genannt werden. Damit erhält das Autohaus eine gewisse Transparenz und ist eine gute Basis für eine langfristige vertrauensvolle Kundenbindung.²⁷

Arbeitsqualität

Durch den Einsatz der Direktannahme können die Aussagen und die Beanstandungen genau nachvollzogen werden und eine schnelle korrekte Ursache der Beanstandung kann getroffen werden. Dadurch ergibt sich eine Reduzierung der Wiederholreparaturen. Eine erfolgreiche Erstreparatur ist eine gute Voraussetzung für eine Steigerung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. Außerdem können klare und vollständige Aufträge erstellt und eine genaue Leistung erbracht werden. Damit trägt die Direktannahme dazu bei, dass Fehldiagnosen, spätere Auftragserweiterungen und Wiederholreparaturen reduziert werden.²⁸

²⁷ Vgl. Volkswagen AG, Service Kernprozess Dialogannahme ,2008

²⁸ Vgl. Volkswagen AG, Service Kernprozess Dialogannahme ,2008

Für viele Menschen hat das Fahrzeug einen sehr hohen Stellenwert. Das Verwenden von Schonbezügen für Sitze, Lenkrad und Fußmatten sowie ein behutsamer Umgang mit dem Fahrzeug sorgen für eine hohe Arbeitsqualität beim Kunden.

Werkstatttest

Die Betreuungsqualität und Arbeitsqualität werden vom Importeur aber auch von Dritten, wie dem ADAC, durch durchgeführte Werkstatttests überprüft. Der Werkstatttest besteht aus drei Teilen:

- Kundenbehandlung
- Technik
- Kundenbeanstandung

Im Teil der Kundenbehandlung wird auf die Einhaltung der Vorgaben aus dem Servicekernprozess, wie die Terminvereinbarung, Fahrzeugannahme, Auftragserstellung, Auftragserweiterung, Fahrzeugabholung und Abrechnung, Wert gelegt. Im Bezug auf die Technik werden vier bis sechs Mängel eingebaut und beziehen sich auf die jeweiligen zutreffende Wartungsliste. Dabei wird zwischen den A- und B- Fehlern unterschieden. Die sogenannten A- Fehler sind betriebs- und sicherheitsrelevante Fehler und die B- Fehler sind nicht betriebs- und sicherheitsrelevante Fehler. Der Ablauf eines Werkstatttest wird von der Testperson anhand eines Fragebogens anschließend bewertet und dient für die Beurteilung vom Ergebnis des Werkstatttest. Besondere Aufmerksamkeiten werden auf die folgenden Punkte gelegt:

- Werden die durchzuführenden Werkstattarbeiten mit dem Kunden am Fahrzeug besprochen?
- Werden bei der Fahrzeugannahme die Kosten für die Reparatur genannt?
- Erfolgen alle Auftragserweiterungen bei Reparaturen mit dem Einverständnis des Kunden?
- Werden alle eingebauten Fehler erkannt und beseitigt?
- Wird auf eine erwartende Reparatur der Kunde hingewiesen?
- Erfolgt eine verständliche Rechnungserklärung?²⁹

²⁹ Vgl. ADAC Werkstatttest 2012, URL: <www.adac.de>, 21.06.2013

Marktausschöpfung

Durch das Beratungsgespräch und ein aktives Zuhören vom Kundenberater kann es im Zuge der Direktannahme zu einem Zusatzverkauf von Originalteilen, Zubehör und zusätzlichen Arbeitsleistungen kommen. Dadurch kann eine Umsatzsteigerung erzielt werden. Außerdem kann sich ein Autohaus, das die Direktannahme anbietet durch eine positive Weiterempfehlung von anderen Autohäusern in ihrer Umgebung abheben.³⁰

Direktannahme in der betriebswirtschaftlicher Betrachtung

Die Betriebswirtschaft in einem Autohaus



Abbildung 9: Gewinnzusammensetzung im Autohaus (eigene Darstellung)

Ziele: Gewinn, Marktanteile, Produktqualität, Servicequalität, Zahlungsfähigkeit, Sicherung von Arbeitsplätzen, Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit

Die Direktannahme fordert vom Kunden sowie vom Serviceberater, dass sie ein paar Minuten ihrer Zeit aufbringen. Unter Umständen muss das Unternehmen eine Investition für die Errichtung einer Direktannahme aufbringen. Sowohl das Autohaus als auch der Kunde muss für die Direktannahme etwas investieren. In Laufe der Zeit bekommen sie aber ihre Investition mehrfach zurück. Die Vorteile der Direktannahme überwiegen für das Unternehmen sowie für den Kunden.

³⁰ Vgl. Volkswagen AG, Service Kernprozess Dialogannahme ,2008

Vorteile der Direktannahme im Autohaus

Vorteil für den Kunden

Manche Kunden nutzen die Direktannahme um ihr Fahrzeug auch mal von unten zu sehen. Der Kunden kann sich selbst ein Bild von seinem Fahrzeug auf der Bühne in Anwesenheit eines fachlich kompetenten Serviceberaters machen und kann so eventuelle Unklarheiten über sein Fahrzeug beseitigen. Für die Direktannahme wird vorab ein Termin vereinbart und ein Serviceberater für die notwendige Zeit eingeplant. Der Kunde wird auf Wunsch über die Sicherheit und Umfang der durchzuführenden Arbeiten aufgeklärt. Es kann aber auch die Direktannahme vorab eines Reparaturtermins erfolgen. Der Vorteil für den Kunden besteht darin, dass zuvor der genaue Arbeitsumfang und eine genaue Dauer für die Reparatur genannt werden kann. Im Zuge der Direktannahme kann ein offensichtlicher Mangel am Fahrzeug entdeckt und eine teure Folgereparatur vermieden werden.

Das Steigern der Kundenzufriedenheit führt zu einer höheren Kundenloyalität. Mit der Direktannahme erreicht man Transparenz, da sie nicht hinter einer Kulisse, sondern mit dem Kunden, stattfindet. Der Kunde bekommt ein gewisses Verständnis über die notwendigen Arbeiten. Außerdem kann der Kunde durch ein Gespräch am Fahrzeug auf gesetzlich vorgeschriebenen Prüfabläufe (§57a), wie der Abgastest, hingewiesen werden³¹

Die Vorteile für das Autohaus

Ein wesentlicher Vorteil für das Autohaus ist natürlich die Steigerung der internen Produktivität, Umsatz und Ertrag. Mit Hilfe der Direktannahme kann die Dauer für einen Termin genauer vorausgesagt und die Werkstatt wird dadurch optimal ausgelastet. Ein sichtbarer Schaden wird festgestellt und mit dem Kunden gleich besprochen. Im Zuge der anschließenden Servicearbeit können diese Mängel auch gleich behoben werden. Die Produktivität der Monteure wird steigen, da eine Auftragserweiterung bereits während der Direktannahme erfolgt.

³¹ Vgl. Wagner E., 2007, Aktiver Serviceverkauf

Neben der Zeitersparnis der wegfallenden Auftragserweiterung kann man auch noch Zeit bei der Fehlersuch (Nachvollzug) erreichen. Ein kompletter Auftrag ermöglicht ebenfalls einen optimalen Ablauf im Teilelager, da die Ersatzteile rechtzeitig vorbereitet werden und somit eine Wartezeit an der Teileausgabe vermieden wird. Außerdem wird die Qualität der Arbeit gesteigert und die Reklamationen vermindert, wenn nicht sogar vermieden. Missverständnisse über Beschädigungen am Fahrzeug können durch eine Bestandaufnahme bei der Direktannahme dokumentiert werden. Lästige Streitgespräche über die Entstehung der Lackbeschädigungen am Fahrzeug werden dadurch entkräftet. Mit dem Einsatz der Direktannahme werden die Gewinnung von Neukunden sowie eine Steigerung der Kundenrückgewinnung erreicht. Neben der Kundenzufriedenheit wird auch der Umsatz des Autohauses gesteigert. Damit der Kunden bereit ist etwas zu Kaufen muss sein Bedarf bzw. Bedürfnis geweckt werden.³²

2.3 Die Rahmenbedingungen für eine Direktannahme

Bauliche Maßnahmen für die Direktannahme

Für eine ungestörte Durchführung der Direktannahme ist oft eine bauliche Änderung am Firmengelände vorzunehmen. Dadurch kann von schnell erkannt werden wo die Direktannahme in den jeweiligen Autohaus stattfindet. Meist werden Art und Ausführung der Direktannahme durch die Richtlinien des Importeurs vorgeschrieben.³³



Abbildung 10: Hinweisschild Direktannahme³⁴

³² Vgl. Wagner E., 2007, Aktiver Serviceverkauf

³³ Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

³⁴ Abbildung in Anlehnung: Volkswagen AG, Service Kernprozess Dialogannahme ,2008

Die Direktannahme ist kein Werkstattarbeitsplatz, sie muss kundenfreundlich und einladend auf den Kunden wirken. Eine Grundvoraussetzung ist eine Hebebühne und der schnelle Zugriff auf die Datenbank für den Serviceberater. Damit der Ablauf reibungslos über die Bühne geht ist ein direkter Anschluss zur Serviceannahme von Vorteil. Zur Unterstützung für das Beratungsgespräch können eine Ausstellung von alten und neuen Verschleißteilen sowie vorher, nachher Darstellungen hilfreich sein. Außerdem kann durch eine gezielte Aufstellung von Zubehörteilen oder auch durch eine entsprechende Präsentation von Serviceangeboten, der Umsatz erheblich gesteigert werden.

In Vertragswerkstätten wird die Errichtung einer Direktannahme vom Importeur vorgeschrieben. Diese werden aber nur sehr wenig von den Autohäusern genutzt und eingesetzt. In diesen Fällen werden die Verträge mit dem Importeur zwar erfüllt aber die für die Errichtung eingesetzten Kosten können nur sehr schwer wieder verdient werden. Wenn man aber die Vorteile der Direktannahme betrachtet lohnt es sich die Direktannahme in den alltäglichen Annahmeprozess einzuführen.³⁵

Personelle Maßnahmen für die Direktannahme

Durch das Errichten der räumlich getrennten Direktannahme ist nur ein Grundstein für die Direktannahme gelegt, vielmehr ist das gesamte Serviceteam für die erfolgreiche Funktion der Direktannahme verantwortlich. Erst ein gutes Zusammenspielen zwischen Serviceleiter, Serviceberater, Serviceassistentin und der Teileverantwortlichen garantieren den Erfolg.

³⁵ Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

Welche Funktionen, Aufgaben und Voraussetzungen muss das Serviceteam mitbringen?**Der Serviceleiter**

Die Aufgaben des Serviceleiters:

- Überprüfung und Delegation der Sauberkeit und Ordnung im gesamten Werkstattbereich sowie im Annahmehbereich
- Sicherstellung der Werkstatteinrichtung, Betriebsmittel, Werkzeug sowie die Sicherstellung der Arbeitssicherheit
- Auswahl und Bestimmung der Lieferanten, Vergabe von Fremdleistungen
- Koordinierung der Urlaubspläne
- Zusammenarbeit mit der Wirtschaftskammer, Gemeinden, Arbeiterkammer usw.
- Interessen und Richtlinien des Herstellers, Importeurs vertreten und sicherstellen
- Ablauforganisation im Servicebereich erstellen und überwachen
- Interessen des Unternehmen nach Innen und Außen repräsentieren

Anforderungsprofil:

- Hohe Leistungsbereitschaft
- Sichere positive Ausstrahlung
- Kundenfreundlicher Umgang
- Soziale Kompetenz, Motivationsfähigkeiten
- Führungs- und Durchsetzungsvermögen
- Technisches Fachwissen sowie betriebswirtschaftliche Kenntnisse

Hauptaufgaben:

Der Serviceleiter muss die Jahreszielvorgaben erstellen und mit der Geschäftsleitung abgleichen. Er ist der Hauptverantwortliche für das Erreichen des Zielumsatzes, Werkstattauslastung, Produktivität sowie einer hohen Betreuungsqualität der einzelnen Mitarbeiter. Um die Qualität im Servicebereich sicherzustellen muss der Serviceleiter für die entsprechende Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter sorgen.³⁶

³⁶ Vgl. Spaett Autohaus GesmbH, Stellenbeschreibung, URL: <www.spaett.de>, 21.06.2013

Zu Überprüfung der Servicequalität führt er mehrmals im Monat Stichproben und interne Werkstatttest durch und sorgt anschließend für entsprechende Verbesserungsmaßnahmen. Außerdem ist der Serviceleiter für die Organisation und Kontrolle der Gewährleistungen und Kulanzabwicklung verantwortlich. Er sorgt für die Sicherstellung der einzelnen Vertreter seiner Mitarbeiter um nachfolgende Terminkollisionen zu verhindern. Der Serviceleiter hat für eine entsprechende Marktaberschöpfung und Kundenzufriedenheit zu sorgen und trägt zum Erfolg des Unternehmens entscheidend bei.³⁷

Der Serviceberater

Die Aufgaben des Serviceberaters:

- Beratung des Kunden
- Vorschlagen von Reparaturmöglichkeiten sowie Alternativen
- Sicherstellung der Auslastung
- Terminvereinbarung
- Terminvorbereitung
- Fahrzeugannahme
- Fahrzeugübergabe
- Rechnungserklärung
- Kundennachbehandlung

Anforderungsprofil:

- Hohe Leistungsbereitschaft
- Sichere positive Ausstrahlung
- Kundenfreundlicher Umgang
- Soziale Kompetenz, Motivationsfähigkeiten
- Führungs- und Durchsetzungsvermögen
- Technisches Fachwissen sowie betriebswirtschaftliche Kenntnisse

³⁷ Vgl. Spaett Autohaus GesmbH, Stellenbeschreibung, URL: <www.spaett.de>, 21.06.2013

Hauptaufgaben:

Die Hauptaufgabe des Serviceberaters ist die Beratung der Kunden am Fahrzeug auf den dafür vorgesehen Platz. Er erstellt den vollständigen Reparaturauftrag, vereinbart den Rechnungsbetrag und den Fertigstellungstermin mit den Kunden. Der Serviceberater erstellt auf Kundenwunsch einen Kostenvoranschlag und bietet den Kunden eventuell eine Reparaturalternative oder ein verfügbares Angebot an. Er berät den Kunden bei der Unfallabwicklung und hält den Kunden mobil. Wenn nötig führt der Serviceberater die Endkontrolle durch und bereitet das Fahrzeug und den Auftrag auf die Fahrzeugabholung vor. Außerdem führt er die Beurteilung und die anschließende Bearbeitung der Gewährleistungs- und Kulanzanträge durch. Damit das Fahrzeug termingerecht fertiggestellt werden kann, hat der Serviceberater auf die Verfügbarkeit sowie für die Bestellung der Ersatzteile Sorge zu leisten.³⁸

Die Rolle und die Aufgaben des Serviceberaters in einem Autohaus

Erwartungen des Kunden an den Serviceberater:

Verfügbarkeit, Freundlichkeit, Aufmerksamkeit, Pünktlichkeit, Kompetenz, Genauigkeit, Sauberkeit usw.

Der Serviceberater ist eine Schnittstelle im Unternehmen. In folgender Abbildung werden einige dieser Schnittstellen vom Serviceberater in seiner täglichen Tätigkeit gezeigt.³⁹

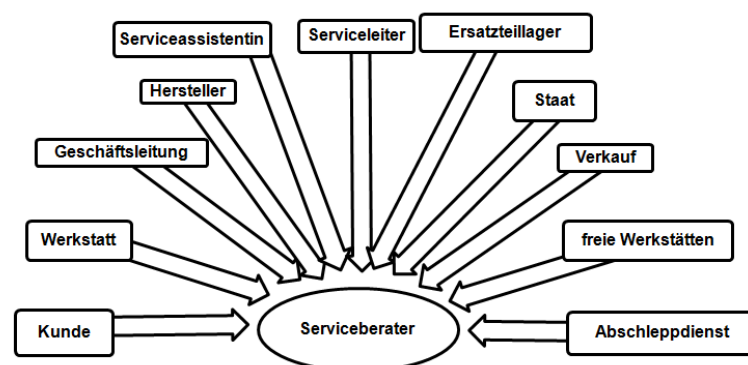


Abbildung 11: Schnittstelle Serviceberater (eigene Darstellung)

³⁸ Vgl. Spaett Autohaus GesmbH, Stellenbeschreibung, URL: <www.spaett.de>, 21.06.2013

³⁹ Vgl. Rudolph A., Sieg C., 2009, Der Professionelle Serviceberater

Je nach Struktur der einzelnen Unternehmen gibt es eine Sonderform des Serviceberaters, dieser wird als Servicemeister bezeichnet.

Was ist der Unterschied zwischen Serviceberater und Servicemeister?

Serviceberater: Seine Kernaufgaben bestehen in der Beratung des Kunden bei der Annahme bzw. bei der Fahrzeugrückgabe

Servicemeister: Seine Kernaufgaben sind gleich wie beim Serviceberater, er muss jedoch zusätzlich die Aufgaben des Werkstattmeisters erledigen. Außerdem ist in diesem Fall eine Ausbildung als Werkstattmeister erforderlich.

Der Serviceberater im Wandel der Zeit

In den letzten Jahren hat sich das Berufsbild des Serviceberaters ohne hin stark gewandelt. Vor Jahrzehnten war das Auto ein technisches Gefährt, bei dem es einen natürlichen Reparaturbedarf gegeben hat. Durch den technischen Fortschritt gibt es die klassischen Reparaturen, wie das Einstellen der Ventile oder das Nachziehen der Zylinderköpfe nicht mehr. Auch die Wartungsintervalle haben sich von 10.000km auf 30.000km erheblich erhöht. Mit dem technischen Fortschritt hat sich das Berufsbild des Serviceberaters verändert. Er ist von einem früheren reinen Reparaturannehmer zu einem Dienstleistung verkaufenden Service- Verkäufer herangereift.⁴⁰

Früher:

- reine Reparaturannahme
- Annahme von Kundenwünschen
- Organisation der Auftragserfüllung

Heute:

- Aufbau einer aktiven Kundenbeziehung
- Direktannahme- Auftragsgestaltung im Dialog
- hohe Beratungsleistung und verkaufsorientierter Einsatz

⁴⁰ Vgl. Rudolph A., Sieg C., 2009, Der Professionelle Serviceberater

Der Kunde begnügt sich nicht mehr mit reiner Reparaturannahme. Um eine Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu erreichen müssen die kommunikativen Elemente des Kundenkontaktes verstärkt werden. Besonders die Beratung, Betreuung und der Verkauf sind die heutigen Aufgaben des Serviceberaters. Durch die steigenden Serviceintervalle sinken die Kundenkontakte und fordert eine Intensivierung der Kundenkontakte.⁴¹

Die Serviceassistentin

Aufgaben der Serviceassistentin:

- Werkstatttermine vergeben ggf. Rücksprache mit dem Serviceberater
- Abgleich der Werkstattauslastung
- Führung des Terminplaners ggf. Rücksprache mit dem Serviceberater
- Individuelle Betreuung der Kunden
- Verwalten der Leihfahrzeuge
- Kundenbetreuung im Warteraum
- Durchführung des Telefondienstes
- Wartung der Kundendaten
- Anlegen von Neukunden

Anforderungsprofil:

- Hohe Leistungsbereitschaft
- Sicherer und freundliche Kundenumgang
- Kontaktfreudigkeit, Zuverlässigkeit und Hilfsbereitschaft
- Kaufmännische Ausbildung sowie technisches Verständnis
- Teamfähigkeit

Hauptaufgaben:

Die Serviceassistentin erfasst den Termin sowie den Reparaturaufwand des Kunden und gleicht diesen mit dem Werkstattplaner und der Werkstattauslastung ab. Nach der Prüfung und Richtigstellung der Kundendaten wird die Terminvereinbarung durchgeführt.⁴²

⁴¹ Vgl. Rudolph A., Sieg C., 2009, Der Professionelle Serviceberater

⁴² Vgl. Spaett Autohaus GesmbH, Stellenbeschreibung, URL: <www.spaett.de>, 21.06.2013

Neben der Abwicklung der Versicherungsangelegenheiten, wie das Anfordern der Sachverständigen und der korrekten Rechnungslegung, gehört auch die Sicherstellung der Mobilität der Kunden zu den Aufgaben der Serviceassistentin. Außerdem ist die Erstaufnahme von Reklamationsgesprächen eine wichtige Tätigkeit der Serviceassistentin. Nach der Fertigstellung der Gewährleistungs- und Kulanzanträgen vom Serviceberater werden diese Aufträge von der Serviceassistentin zur Weiterverarbeitung ins Herstellerportal eingegeben. Durch ihre zuvorkommende Betreuung wird der Kunde am laufenden über sein Fahrzeug gehalten und die Wartezeit wird für ihn so angenehm wie möglich gestaltet. ⁴³

Der Werkstattmeister/ Werkstattleiter

Die Aufgaben des Werkstattmeisters:

- Endkontrolle und der Sicherstellung der Arbeitsqualität
- Verantwortlich für die schnelle fachgerechte Wartungs- und Reparaturdurchführung
- Werkstattproduktivität sicherstellen
- Berücksichtigung der Herstellerangaben
- Unterstützung bei der Fehlersuche und schwierigen Reparaturen

Anforderungsprofil:

- Hohe Leistungsbereitschaft
- Sichere positive Ausstrahlung
- Kundenfreundlicher Umgang
- Soziale Kompetenz, Motivationsfähigkeiten
- Führungs- und Durchsetzungsvermögen
- Technisches Fachwissen

Hauptaufgaben:

Er ist für die vollständige und fachgerechte Instandsetzung der Kundenfahrzeuge verantwortlich. Der Werkstattmeister gewährleistet die einwandfreie Arbeitsleistung und die Verwendung der richtigen Werkstattmittel, Werkzeuge sowie Prüfungsmittel und Prüfungsmethoden.

⁴³ Vgl. Spaett Autohaus GesmbH, Stellenbeschreibung, URL: <www.spaett.de>, 21.06.2013

Zu seinen Stärken zählen ein Durchsetzungsvermögen sowie die Motivation der produktiven Mitarbeiter. Hauptsächlich ist er für die Werkstattauslastung und für die Produktivität der einzelnen Mechaniker und somit für den Umsatz in der Werkstätte verantwortlich. Neben der fachlichen Unterstützung der Mechaniker bei der Diagnoseerstellung, ist der Werkstattmeister für die Übernahme der Aufträge vom Serviceberater und der richtigen Zuordnung der Arbeiten an die einzelnen Spezialisten verantwortlich. Ebenfalls muss er für die Arbeitssicherheit sorgen und die Betreuung der Werkstattfahrzeuge übernehmen. Der Werkstattmeister ist das Bindeglied zwischen den Werkstattpersonal und dem Serviceberater.⁴⁴

Der Teiledienstleiter

Die Aufgaben des Teiledienstleiters:

- Sicherstellung einer wirtschaftlichen Lieferbereitschaft, Lagerung der Ersatzteile
- Steigerung des Zubehörverkaufs
- Sicherstellung der termingerechten Terminvorbereitung, Teileversorgung, Teilevorbereitung
- Aktive Kundenpflege, verkaufsfördernde Gestaltung der Ersatzteile mit freien Werkstätten

Anforderungsprofil:

- Hohe Leistungsbereitschaft
- Eigeninitiative
- Durchsetzungsvermögen
- Kundenfreundlicher Umgang
- Soziale Kompetenz, Motivationsfähigkeiten
- Organisationstalent
- Ordnungssinn

⁴⁴ Vgl. Spaett Autohaus GesmbH, Stellenbeschreibung, URL: <www.spaett.de>, 21.06.2013

Hauptaufgaben:

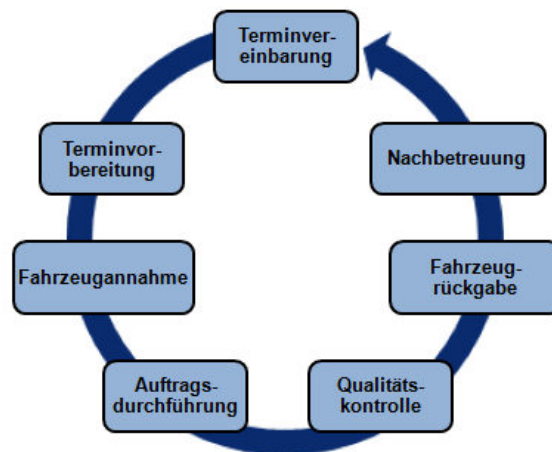
Er ist verantwortlich für das Erreichen der vorgegebenen Ziele bei Umsatz und Ergebnis der verkauften Ersatzteile und Zubehör. Der Teiledienstleiter ist für die Festlegung der Zielvorgaben für seine Geschäftsfelder wie z.B.: Räder, Reifen verantwortlich. Er ist für die termingerechte Auftragsvorbereitung und die damit verbundenen termingerechten Verfügbarkeit der Ersatzteile verantwortlich. Für die rechtzeitige Kontaktaufnahme mit dem Kunden, falls seine Reifen im Reifenlager abgefahren sind, zählt ebenfalls zu seinen Aufgaben. Insbesondere hat er für die regelmäßige Kontaktgesprächen zum Service und Verkauf, für die Durchführung gemeinsamer Aktionen, zu sorgen. Zusätzlich zu dem regelmäßigen Versand von Ersatzteilen, hat er auch für die termingerechte vollständige Rücksendung der Garantie und Kulanzteile zu sorgen. Um eine erfolgreiche Marktausschöpfung zu erreichen ist eine Planung und Durchführung von Marketingmaßnahmen erforderlich. Er arbeitet eng mit den internen Kunden sowie auch mit den freien Werkstätten zusammen.⁴⁵

Prozessorganisation der Direktannahme

Die Annahmeprozesse bestehen aus 7 Kernprozessen. Sie sind die Kernprozesse vom Qualitätsmanagement in einem Autohaus. Dabei kann man interne Prozesse und Prozessen die mit dem Kunden stattfinden unterscheiden. Die internen Prozesse sind die Auftragsvorbereitung, Auftragsdurchführung und Qualitätskontrolle. Die Prozesse Terminvereinbarung, Auftragsannahme mit der Direktannahme, Fahrzeugübergabe und Auftragsnachbehandlung Erfolg mit dem Kunden.⁴⁶

⁴⁵ Vgl. Spaett Autohaus GesmbH, Stellenbeschreibung, URL: <www.spaett.de>, 21.06.2013

⁴⁶ Vgl. Wagner E., 2007, Aktiver Serviceverkauf

Abbildung 12: Werkstattprozesse⁴⁷

1. Terminvereinbarung, Terminplanung
2. Terminvorbereitung
3. Fahrzeugannahme- Direktannahme
4. Auftragsdurchführung
5. Qualitätskontrolle- Vorbereitung zur Fahrzeugrückgabe
6. Fahrzeugübergabe- Rechnungserklärung
7. Nachbetreuung

Alle Prozesse haben einen erheblichen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit. Neben den Werkstattprozessen die in Anwesenheit des Kunden durchgeführt werden, darf man auch nicht die internen Werkstattprozesse vernachlässigen.⁴⁸

Prozesse die der Kunde ohne die Werkstätte erlebt

- Feststellung der notwendigen Inspektion bzw. Reparatur
- Wartezeit auf den Werkstatttermin
- Anfahrt und suche nach einer Parkmöglichkeit am Firmengelände, betreten der Servicebereichs
- Wartezeit auf Fertigstellung des Fahrzeuges
- Losfahren mit reparierten Fahrzeug von der Werkstätte

⁴⁷ Abbildung in Anlehnung: Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

⁴⁸ Vgl. Volkswagen AG, Service Kernprozess: Auftaktband ,2007

Prozesse die der Kunde nicht miterlebt in der Werkstätte

- Auftragsvorbereitung
- Auftragsdurchführung
- Qualitätskontrolle

Prozesse die der Kunde miterlebt in der Werkstätte

- Terminvereinbarung
- Auftragsannahme
- Kontaktaufnahme während der Reparatur
- Fahrzeugrückgabe und Rechnungserklärung
- Nachbetreuung

Wer ist für welchen Werkstattprozess verantwortlich?

Werkstattprozess	Verantwortung
Terminvereinbarung Terminplanung	Serviceassistentin
Auftragsvorbereitung	Serviceberater, Ersatzteilverantwortliche
Auftragsannahme Direktannahme	Serviceassistentin, Serviceberater
Auftragsdurchführung	Werkstattdleiter, Serviceberater, Mechaniker
Qualitätskontrolle Vorbereitung Rückgabe	Werkstattdleiter, Serviceberater, Serviceassistentin
Fahrzeugübergabe, Rechnungserklärung	Serviceassistentin, Serviceberater
Nachbetreuung	Serviceassistentin, Serviceberater, Serviceleiter

Abbildung 13: Verantwortliche im Serviceprozess (eigene Darstellung)

3 Prozessorganisation für die Umsetzung der Direktannahme

Die Direktannahme sollte so schnell wie möglich in den Kernprozess der Fahrzeugannahme im Unternehmen eingegliedert werden. Um eine hohe Prozessqualität zu erreichen wird ein Leitfaden für die Umsetzung der Direktannahme erstellt. Im Wesentlichen beinhaltet die Umsetzung der Direktannahme folgende drei hauptmerkliche Veränderungen in der Ablauforganisation der Fahrzeugannahme im Autohaus Neubauer:

- bauliche Prozessoptimierung
- personelle Prozessoptimierung
- organisatorische Prozessoptimierung

3.1 Bauliche Prozessoptimierung

Im Autohaus Neubauer wurde bereits vor einiger Zeit ein abgegrenzter Arbeitsplatz von der Werkstatt für die Direktannahme errichtet. Der direkte Zugriff auf die Datenbank ist durch einen vorhandenen PC- Arbeitsplatz gegeben. Ist die Direktannahme einmal von einer Fahrzeugannahme belegt wird auf eine Hebebühne in der Werkstätte oder aber auch auf einen regengeschützten Platz ausgewichen.

Neben einer Wohlfühlatmosphäre ist Sauberkeit und Ordnung im Bereich der Direktannahme das oberste Gebot.

Natürlich darf auf eine Präsentation der Angebote (wie Verschleißteilreparatur, Wartungsangebote für ältere Fahrzeuge), Zubehör, Ersatzteil und möglicher Smart-Repair Angebote nicht verzichtet werden.

Die Direktannahme im Autohaus Neubauer wird teilweise aus verschiedenen Gründen zweckentfremdet. Da bis jetzt nur sehr wenige Direktannahmen aktiv durchgeführt wurden haben die Mechaniker die Hebebühne in der Direktannahme für Schnellreparaturen verwendet. Für dieses Problem wurden die Mechaniker auf die Notwendigkeit der Direktannahme und deren Verfügbarkeit informiert.

Hauptsächlich wurde die Hebebühne in der Direktannahme für die Lackbesichtigungen verwendet. Da zur Besichtigung der Lackschäden ein Spengler benötigt wird, wird dieser Arbeitsprozess in Zukunft in der Spenglerei durchgeführt. Ein weiteres Problem stellt in der Vergangenheit der Mangel an Parkplätzen vor der Werkstätte dar. Dafür wurden die Parkplätze neu markiert. Die Fahrzeuge, die zur Reparatur gebracht werden, sind in Zukunft gegenüberliegend der Werkstätte auf einen eigenen Parkplatz abzustellen. Diese Maßnahmen wird, allerdings das Parkplatzproblem nicht lösen, aber erheblich entspannen.

3.2 Personelle Prozessoptimierung

Die Kundenzufriedenheit und die Leistungsfähigkeit in einem Autohaus hängen weitgehend von der Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Mitarbeitern und den einzelnen Abteilungen ab. Funktioniert die Teamarbeit kann mehr geleistet werden, und die Mitarbeiterzufriedenheit steigt. Das gemeinsame Ziel der Kundenzufriedenheit kann nur dann erreicht werden wenn jeder einzelne Mitarbeiter sich persönlich einsetzt, seine Mitarbeiter wie gleichwertige Partner behandelt und Probleme und Fragen rechtzeitig an der zuständigen Stelle klärt.⁴⁹

Ein weiteren Ist Zustand im Autohaus Neubauer der für einen ordentlichen Ablauf der Direktannahme störend ist, muss beseitigt werden. Die personelle Struktur in der Annahme besteht aus dem Serviceleiter, der bei der Annahme aktiv mithilft, einen Servicemeister, einer Serviceassistentin und einer Gewährleistungsbeauftragten die für die Abwicklung der Gewährleistung und Kulanzregelung verantwortlich ist.

Weshalb in den meisten Betrieben ein Servicemeister zum Einsatz kommt, liegt an der Kostenersparnis. Neben den vielen Aufgaben und Erwartungen des Serviceberaters muss der Serviceberater auch die Werkstätte einteilen und wenn möglich bei der Fehlersuche mithelfen. Natürlich kommt es in einer solchen Tätigkeit zu Terminkollisionen und Überlastung des Servicemeisters. Ein weiteres Problem das wegen Kosteneinsparnissen in Autohäusern auf den Serviceberater zukommen, sind die Vertretungsregelungen im Unternehmen.

⁴⁹ Vgl. Rudolph A., Sieg C., 2009 Der professionelle Serviceberater

Die Vertretung erfolgt vom Serviceberater durch den Serviceleiter. Ist nun einer der beiden Serviceberater außer Haus, muss der Andere die Arbeit von zwei Serviceberatern erledigen, dass er dabei überlastet ist, ist vorausprogrammiert.

Neben der hohen Überlastung des Serviceberaters, ist in dieser personellen Struktur kaum an einer Direktannahme zu denken. Dazu wirkt sich dieser Ablauf negative auf das Unternehmen aus. Der Serviceberater kann sich nicht mehr um die Werkstätte in einer vernünftigen Zeit kümmern und muss auch einige seiner Tätigkeiten wie die Endkontrolle und Probefahrt auf den Mechaniker übergeben. Dabei sinkt die Werkstattauslastung und die Werkstattproduktivität, dass sich wiederum auf den Umsatz auswirkt. Anhand eines Rechenbeispiels wird der Ausfall des Umsatzes dargestellt.

Angaben

Die Produktivität liegt durchschnittlich bei den Mechanikern bei 90%. Es wird angenommen, dass alle produktiven Stunden verkauft werden können. In der Werkstätte sind 10 Mechaniker im Einsatz. Durch den Ausfall eines Serviceberaters muss ein Teil der unproduktiven Arbeit auf einen Mechaniker übergeben werden, dabei sinkt die Produktivität um 10% ab. Der Stundensatz für eine Stunde wird mit 100€ festgelegt. Die Arbeitszeit der Mechaniker in einer Woche beträgt 40 Stunden. Die Vertretungsdauer wird anhand des Urlaubsanspruches von 5 Wochen der Serviceberater herangezogen. Im Unternehmen sind 2 Serviceberater tätig. Sie vertreten sich gegenseitig, also ist mit insgesamt 10 Wochen verminderten Produktivität im Jahr zurechnen.

Anwesenheit eines Mechanikers in der Vertretungsdauer eines Serviceberaters.

$$40h \times 5w = 180h$$

Davon ist der Mechaniker 90% produktiv, also Anzahl der verkauften Arbeitsstunden.

$$180h - 10\% = 162h$$

Bei einer 90% Produktivität können 162h in 5 Wochen verkauft werden.

$$162h * 2 = 324h$$

Bei gleichbleibender Produktivität und bei einer optimierten Vertretung könnten während der gesamten Urlaubszeit beider Serviceberater 324 Stunden verkauft werden.

Im Urlaubsfall eines Serviceberaters sinkt die Anzahl der verkauften Stunden um 10%.

$$162h - 10\% = 145,8h$$

Während der Vertretung können nur mehr 145,8h verkauft werden!

$$145,8h * 2 = 291,6h$$

Durch das Sinken der Produktivität um 10% können nur mehr 291,6 Stunden verkauft werden, wenn man die Urlaubszeit beider Serviceberater berücksichtigt.

Daraus ergibt sich ein Umsatzverlust von:

$$324h \times 100\text{€} = 32400\text{€}$$

$$291,6h \times 100\text{€} = 29160\text{€}$$

$$32400\text{€} - 29160\text{€} = 3240\text{€}$$

$$3240\text{€} * 10\text{Mechaniker} = 32400\text{€}$$

Während der Vertretungszeit sinkt pro Mechaniker der Umsatz um 3240€. Nimmt man an, dass die Produktivität bei allen Mechanikern um 10% sinkt, so ist bereits mit einem Umsatzverlust von 32400€ zurechnen. Dabei sind nur die Arbeitsstunden einkalkuliert worden, die Ersatzteile werden nicht berücksichtigt.

Anhand dieses Beispiels wird die Dringlichkeit für den Einsatz eines Werkstattmeisters dargestellt. Ansonsten ist während der Vertretungszeit eine qualitative Direktannahme kaum möglich.

Festlegung eigener Ziele und des Zeitplanes

Die Kernziele der Direktannahme sind für das Unternehmen die Steigerung der Kundenzufriedenheit und die Marktausschöpfung. Natürlich darf auch nicht ein Zeitplan fehlen, bis wann die einzelnen Punkte erfüllt sein sollen.

Sind mit der Einführung der Direktannahme bauliche Maßnahmen fällig muss mit einer hohen Investition gerechnet werden. Die Vorteile einer Direktannahme für das Autohaus sind eine gute dauerhafte Investition und sind für den weiteren Erfolg unverzichtbar.

Im Autohaus Neubauer ist die bauliche Errichtung der Direktannahme bereits vor einigen Jahren erfolgt. Somit konnte sofort mit der Optimierung der Direktannahmeprozesses begonnen werden.

Schulung mit den Mitarbeitern und Training für den Serviceberater

Der Erfolg der Direktannahme hängt im Wesentlichen von der Qualität und der Motivation der einzelnen Mitarbeiter ab. Bei der Direktannahme ist das ganze Team von der Teilebeschaffung, Serviceassistenz, Serviceberater, Werkstattmitarbeiter und der Serviceleiter einbezogen und müssen zusammen für einen reibungslosen Ablauf sorgen. Das Direktannahmeteam sichert den Erfolg des Unternehmens, bildet zufriedene Stammkunden und erlangt dadurch einen sicheren Arbeitsplatz.

Im Autohaus Neubauer wurde bisher die Terminvergabe für den Kunden vom Serviceleiter, Serviceberater und von der Serviceassistentin durchgeführt. Damit die Direktannahme erfolgreich funktionieren kann, muss der Prozess der Annahme umgestaltet werden. Der Serviceberater ist vom Telefondienst zu befreien. Die Terminvergabe ist über den ganzen Tag zu verteilen. Bisher wurden die meisten Termine in der Früh von 07.30 Uhr bis 08.00 Uhr vergeben.

Bei diesem Modell ist die Zeit, die für die Annahme zu Verfügung gestanden ist, zu wenig, da meistens der nächste Kunden schon auf seine Fahrzeugannahme gewartet hat. Eine Direktannahme war in diesem Fall nur eine zusätzliche Belastung für den Serviceleiter und den Serviceberater. Mit einer solchen Terminvergabe bzw. Fahrzeugannahme ist eine Steigerung der Kundenzufriedenheit kaum möglich. Außerdem werden die überlasteten Mitarbeiter demotiviert und die Qualität der Kundenannahme leidet darunter.

Damit die Mitarbeiter den Annahmeprozesses der Direktannahme vertiefen können, ist es notwendig die Arbeitsschritte und die geänderten Prozessabläufe zu trainieren. Für den langfristigen Erfolg der Direktannahme ist es notwendig, dass alle Beteiligte wie Serviceleiter, Serviceberater, Serviceassistentin, Lagermitarbeiter und das Werkstattpersonal regelmäßig abstimmen und den Annahmeprozess weiterentwickeln. Eine Servicequalität wird nur im Team erreicht, und jeder im Team trägt seinen Teil dazu bei. Es kann nur gemeinsam das Ziel der Kundenzufriedenheit erreicht werden.

Training für den Serviceberater

Dem Serviceberater stehen drei neu entwickelte Direktannahmearten zur Verfügung. Die verschiedenen Fahrzeugannahmearten werden im Punkt der organisatorische Prozessoptimierung näher erklärt. Die jeweiligen Prüfumfänge und die Reihenfolge sind eine Unterstützung für der Serviceberater bei der Durchführung der Direktannahme. Neben den technischen Know- How sind die Kommunikation und das Verhalten für eine erfolgreiche Direktannahme von großer Bedeutung. Der Serviceberater kann durch seine Beraterleistungen die Kundenzufriedenheit bedeutend steigern und trägt aktiv zur Kundenbindung bei.

Er muss speziell bei der Direktannahme seine technischen Kompetenzen mit den sozialen Kompetenzen verbinden. Er hat eine hohe Verantwortung am Erfolg der Direktannahme und somit am Erfolg des Unternehmens, das muss auch dem Serviceberater bewusst sein.

Umsetzung durch die Mitarbeiter

Die Serviceassistentin bietet aktiv die Annahmeart nach der Kriterienliste und den Wünschen des Kunden bei der Terminvereinbarung an. Diese vereinbarte Annahmeart wird auf der Voranmeldung vermerkt und ist für alle am Vorauftrag ersichtlich. Der Serviceberater kann schnell die vereinbarte Annahmeart erkennen und führt diese mit dem Kunden durch.

Ständige Kontrolle durch den Serviceleiter

Nur mit der Einführung der Direktannahme ist nicht alles erledigt. „Neues“ gehört ständig kontrolliert und muss gelebt werden bis dieser Prozess zur Selbstverständlichkeit geworden ist. Um Schnittstellen im Prozess der Direktannahme zu vermeiden muss ein Hauptverantwortlicher ernannt werden. Der Serviceleiter ist für das Ergebnis und für die Koordination innerhalb des Prozesses der Direktannahme verantwortlich. Er kontrolliert die verschiedenen Abläufe und vergleicht diese ständig mit den zuvor festgemachten Prozessen und bespricht die Abweichungen mit dem Mitarbeiter sofort.⁵⁰

Zu den ständigen Kontrollen zählen die Terminvereinbarung, Kundenempfang, Qualität der Kundenbegegnung, Terminplanung, Terminvorbereitung, Fahrzeug-Check, Werkstattproduktivität, Werkstattauslastung Fahrzeugübergabe und Kundenzufriedenheitsbefragung.

⁵⁰ Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

Geheime Forschungsaktivitäten

Sehr oft wird in Autozeitschriften von Werkstatttests berichtet, die durch den Hersteller, Importeur oder auch von unabhängigen Dritten organisiert werden. Jede Werkstätte ist froh, solche Tests positiv zu überstehen. Vergleicht man einen Werkstatttest mit einem normalen Kundenauftrag sind auch hier die Punkte wie die Terminvereinbarung, der freundlicher Empfang im Autohaus, eine korrekte Auftragserstellung, das Angebot für eine Mobilität, eine vollständige Arbeit in der Werkstatt, die anschließende Fahrzeugübergabe mit Rechnungserklärung die wichtigsten Kriterien für einen Erfolg. Durch den Einsatz der Direktannahme können bereits einige Themen der Werkstatttests mit bestem Gewissen bewältigt werden. Aber warum soll sich ein Serviceverantwortlicher solch einen Werkstatttest nicht als Vorbild nehmen. Es reicht wenn Personen aus dem Bekannten- oder Freundschaftskreis für eine Terminvereinbarung im Autohaus anrufen und einen Reifenwechsel oder Ölwechsel durchführen lassen. Danach wird die Person nach einer ehrlichen und offenen Schilderung der Eindrücke gebeten. Als Unterstützung ist ein Fragebogen von Vorteil. Ist eine solche geheime Forschungsaktivität zu aufwändig kann auch eine 2 bis 4 Mal monatliche Kundenbefragung gezielt auf die Direktannahme durchgeführt werden.⁵¹

⁵¹ Vgl. ADAC Werkstatttest 2012, URL: <www.adac.de>, 21.06.2013

3.3 Organisationelle Prozessoptimierung

Werbung für die Direktannahme

Obwohl die Direktannahme nicht erst in den letzten Jahren in den Autohäusern eingeführt wurde, ist trotzdem noch bei den Kunden des Autohauses Neubauer zu bemerken, dass sie mit dem Begriff der Direktannahme nichts anfangen können. Ab sofort wird der Kunde bei der telefonischen oder persönlichen Terminvereinbarung die Direktannahme angeboten und über die Vorteile informiert.

Zur vereinfachten Darstellung der Direktannahme werden die bereits vom Importeur bereitgestellten Flyer dem Kunden bei der persönlichen Terminvereinbarung überreicht und am Infostand sowie im Wartungsbereich im Betrieb ausgelegt.

Einführung verschiedener Direktannahmestufen

Um den Prozess der Direktannahme zu optimieren wurden für eine bedarfsgerechte Fahrzeugannahme drei verschiedene Stufen der Direktannahme entworfen. Dadurch wird erreicht dass der Kundenberater mehr Zeit hat, und besser auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse eingehen kann.

Annahmearten

Die Annahmeart wird hauptsächlich durch die Wünsche des Kunden (z.B. spezieller Terminwunsch, verfügbarer Zeitrahmen) und der Art der Beanstandung bzw. der Problemstellung am Fahrzeug (Probefahrt oder Servicetechniker erforderlich) eingesetzt. Außerdem kann je nach Kundenwunsch bzw. Reparatur- oder Wartungsumfang eine etwas kürzere Form angewandt werden. Es ist nicht erforderlich, dass zum Beispiel bei einer Reparaturannahme mit einer Geräuschbeanstandung eine komplette Direktannahme auf der Hebebühne durchgeführt wird. Hier wäre es empfehlenswert eine Probefahrt und den 10 Punkte-Check mit dem Kunden durchzuführen. Ist der Kunde in Eile oder er lehnt aus zeitlichen Gründen den Umfang der Direktannahme ab, wird wenigstens der 10 Punkte-Check in Gegenwart des Kunden am Fahrzeug durchgeführt. Aus den verschiedenen Kundenbedürfnissen und den verschiedenen Beanstandungen am Fahrzeug können drei Direktannahmearten angewandt werden.⁵²

1. Direktannahme auf der Hebebühne
2. Probefahrt inkl. 10 Punktecheck
3. 10 Punktecheck am stehenden Fahrzeug (Sichtprüfung)

Die dafür benötigende Zeit und Prüfumfänge sind unterschiedlich. Im Prinzip kann immer die Direktannahme auf der Hebebühne durchgeführt werden, auf Grund der zu knappen Zeit vom Serviceberater ist eine Unterscheidung der durchzuführenden Annahmeart ratsam. Diese Unterscheidung kann nach folgenden Kriterien erfolgen:

⁵² Vgl. Volkswagen AG, Service Kernprozess Dialogannahme ,2008

Kriterien für die richtige Anwendung der Annahmeart

Direktannahme auf der Hebebühne:

Wird durchgeführt wenn?

- Neukunden
- Inspektionsservice
- Ab der zweiten §57a Überprüfung bzw. dem 5 Betriebsjahr
- Bei Beanstandungen die nur auf der Hebebühne sichtbar sind

Probefahrt inkl. 10 Punktecheck

Wird durchgeführt wenn?

- die Beanstandung im Fahrbetrieb nachvollzogen werden können
- bei Geräuschen

10 Punkte- Check am stehenden Fahrzeug

Wird durchgeführt wenn?

- anderen Kundenwünsche

Prüfumfänge der Direktannahme, Welche Mittel werden eingesetzt?

Grundsätzlich sollte ein jeder Werkstattauftrag über die Direktannahme abgewickelt werden. Der vom Serviceberater durchzuführende Prüfumfang richtet sich nach der durchzuführenden Annahmeart und in erster Linie nach dem Kundenwunsch. Als Unterstützung für den Serviceberater wurden für jede Annahmeart eine eigene Checkliste erstellt und ist ein Bestandteil der Direktannahme. Die Checklisten dienen zur Unterstützung des Serviceberaters. Sie dienen zur Unterstützung im Kundengespräch und als Hilfe für den Verkauf von zusätzlichen Serviceleistungen. Für den Kunden ist durch die Verwendung einer Checkliste die Nachvollziehbarkeit gegeben. Ein erheblicher Vorteil für das Autohaus ist der Vermerk von Lackbeschädigungen wie Steinschläge, Kratzer und Dellen auf der Checkliste im Dabeisein des Kunden. Einerseits kann eine etwaige Reparatur angesprochen werden andererseits ist eine spätere Kundenbeschwerde zur Entstehungszeit der Lackbeschädigung von der Werkstatt leicht zu entkräften.

Checklisten der Direktannahme

1. Direktannahme auf der Hebebühne als umfassendste Annahmeart

- Sie ermöglicht mit Einsatz der Hebebühne den Fahrzeugcheck von unten.


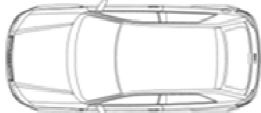


Checkliste Direktannahme			
Datum:	Auftrag:	Service- Berater:	
Sitzbezug, Lenkrad- und Schalthebel und Teppichschoner			
Fahrzeug auf die Hebebühne fahren	i.o	n.i.o	beheben
Startverhalten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Funktion und Kontrolle- Leuchten und Instrumente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geräusche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pedal- und Handbremsspiel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bremsenprüfstand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stoßdämpfer (Prüfstand)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motorhaube entriegeln, Fanghacken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karosserie und Lackierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verglasung, Scheinwerfer und Leuchten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motorraum Sichtprüfung (Maderbisse, Undichtheiten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Betriebsflüssigkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
§57a Plakette	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inspektion der Fahrzeugunterseite			
Reifen und Felgen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gelenkspiel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gelenks- und Antriebswellenmanschetten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bremsscheiben und Klötze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bremsschläuche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dichtheit der Aggregate	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auspuffanlage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bemerkungen:			
<p style="text-align: center;">10 Punkte- Check</p> <p style="text-align: center;">§57a/..</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>Fahrzeugschoner</p>  <p>Wagenpflege Ja/Nein</p>  <p>Bereifung</p> <p>Karosserie</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Kilometerstand</p>  <p>Verglasung</p>  <p>Wischerblätter</p> <p>Beleuchtung</p> <p>Motorraum</p> </div> </div>			

Abbildung 14: Checkliste Direktannahme (eigene Darstellung)

2. Probefahrt inkl. 10 Punktecheck

- Sie wird bei bestimmten Beanstandungen wie zum Beispiel bei Geräuschen, mangelhaften Fahrverhalten erforderlich, damit die Kundenaussagen nachvollzogen und eventuelle Fehlbedienungen vom Kunden ausgeschlossen werden können.





Checkliste Probefahrt		
Auftragsnummer:	Service- Berater:	
Kennzeichen:		
Kundenbeanstandung:		
Seit wann tritt die Beanstandung auf?		
Kann die Kundenbeanstandung nachvollzogen werden?	Ja	Nein
Welches Bauteil am Fahrzeug ist betroffen (Wichtig bei Geräusche)?		
Bei welchen Betriebsbedingungen tritt die Beanstandung auf?		
Endkontrolle: Ist die Beanstandung behoben?		
Bemerkung:		
<p style="text-align: center;">10 Punkte- Check</p> <p style="text-align: center;">§57a/..</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>Fahrzeugschoner</p>  <p>Wagenpflege Ja/Nein</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Kilometerstand</p>  <p>Verglasung</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>Bereifung</p>  <p>Karosserie</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Wischerblätter</p>  <p>Beleuchtung</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">Motorraum</p>		

Abbildung 15: Checkliste Probefahrt (eigene Darstellung)

3. 10 Punktecheck am stehenden Fahrzeug (Sichtprüfung), gemeinsam mit dem Kunden

- Sie ist flexibel einsetzbar, da keine Hebebühne erforderlich ist. Diese Form der Annahmeart hat aber den Nachteil, dass im Vergleich zur Direktannahme auf der Hebebühne nur ein eingeschränkter Fahrzeugcheck möglich ist.

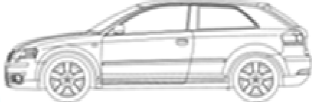
Checklist 10 Punkte- Check				
Datum:		Auftrag:	Bearbeiter:	
		i.o.	n.i.o.	beheben
1.	§57a Plakette	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.	genauer Kilometerstand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.	Rundumverglasung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.	Wischerblätter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.	Beleuchtung Scheinwerfer und Rückleuchten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.	Motorraum Undichtheiten/ Wäsche/ Kabel/ Riemen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.	Karosserie und Lackierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.	Bereifung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.	Wagenpflege	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.	Anbringen der Fahrzeugschoner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bemerkung:

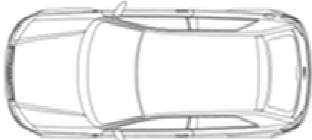
10 Punkte- Check

§57a ../..

Fahrzeugschoner



Wagenpflege Ja/Nein




Bereifung


Karosserie

Motorraum

Kilometerstand



Verglasung



Wischerblätter

Beleuchtung

Abbildung 16: Checkliste 10 Punktecheck (eigene Darstellung)

Die Vorgabe der Kriterien, wann welche Direktannahmeart durchgeführt wird, soll die Mitarbeiter bei der Umsetzung unterstützen. Die Serviceassistentin bietet die Annahmearten nach der Checkliste an. Die daraus vereinbarte Fahrzeugannahme wird auf der Voranmeldung für den Serviceberater vermerkt. Der Serviceberater weiß sofort bei der Übergabe des Vorauftrages welche Annahmeart der Kunde wünscht und kann dies anschließend durchführen.

Professionelle Fahrzeugannahme und Fahrzeugrückgabe

In der heutigen Zeit geht es nicht nur mehr um das Entgegennehmen von Werkstattaufträgen sondern vielmehr um eine verkaufsorientierte Fahrzeugannahme. Eine optimale Direktannahme und Auftragsbearbeitung wird erst durch einen systematischen Kundenkontakt möglich. Je besser die Werkstattprozesse beherrscht werden desto eher ist man in der Lage den Kunden zu begeistern.⁵³

Die bestehenden Prozesse im Autohaus Neubauer wurde auf die Direktannahme ausgerichtet und der dazugehörige Prozess optimiert. Diese Prozesse musst für alle Beteiligten und Abteilungen klar definiert werden um einen ordentlichen Ablauf zu gewährleisten.

Ziele einer professionellen Fahrzeugannahme

Eine professionelle Fahrzeugannahme soll dem Kunden das Gefühl geben, dass er und sein Fahrzeug in unserem Autohaus gut aufgehoben sind. Desweiteren soll der Kunde an den Betrieb und an die Marke gebunden werden. Die Reparatur am Fahrzeug soll möglichst ohne Kundenrückfragen erfolgen. Mit Hilfe der Direktannahme wird die Notwendigkeit einer Instandsetzung dem Kunden verdeutlicht. Durch einen kompetente Beratung und Erklärung am Fahrzeug werden eventuelle Missverständnisse vorab schon vermieden. Dadurch werden Kundenwünsche und Kundenanliegen richtig interpretiert und umgesetzt.

⁵³ Vgl. Rudolph A., Sieg C., 2009, Der professionelle Serviceberater

Terminvereinbarung Terminplanung

Was sich der Kunde bei der Terminvereinbarung vom Autohaus erwartet?

Der Kunde erwartet sich die Erreichbarkeit des Unternehmens und einer Ansprechperson im Unternehmen. Er erwartet sich eine kompetente Bedarfsermittlung und Beratung über den Umfang des voraussichtlichen Arbeitsumfanges und Fertigstellungstermin.⁵⁴

Die Terminvereinbarung ist der Erste und wichtigste Kundenkontakt im Servicekernprozess. Ohne die Terminvereinbarung würden die Kunden das Autohaus nach einem Zufallsprinzip aufsuchen und eine gezielte Auslastung der Mechaniker ist dadurch nicht möglich. Außerdem müssten die Kunden längere Wartezeiten und Standzeiten ihrer Fahrzeuge in Kauf nehmen. Neben der Auslastung der Mechaniker kann auch eine Wartezeit vom nicht lagernden Ersatzteile entstehen. Je höher der Anteil der Terminvereinbarung ist, desto besser können die Vorteile die daraus entstehen genutzt werden.

Um eine gezielte Auslastung und eine Termingerechte Direktannahme durchführen zu können ist der Einsatz eines elektronischen Terminplaners eine Grundvoraussetzung. In diesen Terminplaner ist es möglich von jedem Arbeitsplatz aus einen Einblick zu nehmen. Wenn man die Entwicklung der Serviceaufwänd der Fahrzeuge genauer betrachtet, wird in Zukunft auch der Werkstattdurchgang pro Mechaniker steigen. Deswegen wird die Bedeutung der Terminvereinbarung immer wichtiger für die Auslastung und für den Ertrag des Unternehmens.⁵⁵

Die Terminplanung ist der wichtigste Grundbaustein bei der Direktannahme. Gelingt es der Serviceassistentin nicht die Terminplanung mit der verfügbaren Zeit der Serviceberater zu vereinbaren ist die Durchführung der Direktannahme unmöglich. Es entstehen womöglich lästige Wartezeiten für den Kunden, die er nicht eingeplant hat, oder der Serviceberater kann sich nicht lange genug um den Kunden kümmern und die Kundenzufriedenheit kann auf keinen Fall gesteigert werden.

⁵⁴ Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

⁵⁵ Vgl. DAT Report 2013, URL: <<http://dat-report.de>>, 10.06.2013

Die Terminentzerrung (das gleichzeitige Eintreffen zu vieler Kunden) und das aktive Anbieten von freien Terminen ist die höchste Priorität bei der Terminvereinbarung. Die Direktannahme braucht im Vergleich zur gewöhnlichen Annahme ein gewisses Maß an Zeit. Um eine Direktannahme zu gewährleisten ist der Kunden, auf die dazu benötigte Zeit und auf das pünktliche Erscheinen, aufmerksam zu machen. Neben der Werkstattauslastung muss bei der Terminvereinbarung ebenfalls auf die benötigte Beratungszeit am Fahrzeug Rücksicht genommen werden.

Terminentzerrung

Damit die Direktannahme überhaupt funktioniert, werden die Termine über den Tag verteilt. Die Terminentzerrung ist eine Voraussetzung um eine Direktannahme möglich zu machen. Die Hauptannahmezeit im Autohaus Neubauer war von 7.30-8.00 Uhr. Die Zeit für den einzelnen Kunden war begrenzt und die Annahme wurde im „Fließband Prinzip“ durchgeführt. Es war kaum möglich mit den Kunden eine Direktannahme durchzuführen, da bereits der nächste Kunden auf die Fahrzeugannahme wartete. In dieser Situation, ist es kaum möglich, die Kundenzufriedenheit zu steigern. Der Kunde erwartet, dass jemand ausreichend Zeit hat und auf seine Wünsche eingeht. Es empfiehlt sich die Termine zeitversetzt über den Tag zu verteilen. Vorwiegend wenn die Direktannahme angeboten wird, ist diese Maßnahme erforderlich. Bei diesem Verfahren ist es Empfehlenswert die Kunden in einem Halbstundentakt einzuplanen. Zu dieser Terminplanung wird die Serviceassistentin geschult. Zusätzlich wird eine Tabelle mit der möglichen Terminentzerrung erstellt. Bei der Terminvergabe kann die Serviceassistentin auf eine Tabelle zur Unterstützung zurückgreifen.⁵⁶

Terminentzerrung				
7.30 Uhr		13.00 Uhr		17.00 Uhr
bringen				holen
	bringen		holen	
bringen	warten	holen		
		bringen		holen
		bringen	warten	holen
				bringen (Vortag)
				holen
Hol- und Bringservice				

Abbildung 17: Checkliste Terminentzerrung⁵⁷

⁵⁶ Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

⁵⁷ Abbildung in Anlehnung: Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

Anhand dieser Vorlage ist es der Serviceassistentin möglich die verschiedenen bring und hol Termine für den jeweiligen Kunden anzubieten und sollte eine Kollision zu den Stoßzeiten verhindern.

Bei der Terminvereinbarung ist es wichtig den Kunden aufmerksam zuzuhören, damit auch alle Wünsche und Probleme erfüllt werden können. Bei der Terminvereinbarung sind noch wichtige Formalitäten notwendig wie die Überprüfung und Korrekturen der Stammdaten.

Darum ist es notwendig,

- Kundendaten
- Fahrzeugdaten
- Kilometerstand
- Reparaturwunsch

zu erfragen und einen kundenorientierten und werkstattgerechten Termin zu vereinbaren.

Welchen Vorteil hat eine professionelle Terminvereinbarung für den Kunden und für das Unternehmen?

Ein vorangemeldeter Kunde steht nicht überraschend vor der Tür. Er gibt zuvor einen Terminwunsch und seinen Arbeitsaufwand dem Autohaus bekannt. Dadurch ist es dem Autohaus möglich sich auf den Auftrag vorzubereiten und sich auf seinen Besuch einzustellen. Zusätzlich zum Termin ist der Auftragsumfang dem Unternehmen bekannt und die Personal- und Teileplanung kann zuvor erfolgen. Mit einer guten Argumentation kann der Kunden beim Terminwünsche beeinflusst und gesteuert werden. Ein weiterer Vorteil für das Autohaus liegt in der gezielten Werkstattauslastung. Eine Voraussetzung dafür ist, dass die gesamten Kundenwünsche bei der Terminvergabe bekannt sind und nicht bei der Auftragsannahme zusatzwünschen vom Kunden dazu kommen. Denn diese unbekannten Auftragserweiterungen könnten den Tagesablauf bzw. den Zeitplan durcheinander bringen. Auch der Kunde muss diesen Werkstattbesuch einplanen. Der Zeitbedarf kann den Kunden zuvor bekannt gegeben werden. Er hat eine kürzere Wartezeit im Autohaus und kann rechtzeitig seinen Bedarf an Mobilität einplanen.⁵⁸

⁵⁸ Vgl. Rudolph A., Sieg C., Der professionelle Serviceberater

Von einer professionellen Terminplanung können der Kunde, Serviceberater und das Autohaus profitieren. Die Grundvoraussetzung für die Terminplanung ist eine effektive Planung und eine gezielte Gesprächsführung.

Terminvorbereitung

Die Terminvorbereitung muss rechtzeitig erfolgen. Dabei soll nicht nur auf die Verfügbarkeit der erforderlichen Ersatzteile sondern auch auf die benötigten Kapazitäten in der Werkstätte und auf ein freies Ersatzauto geachtet werden. Um Zeit einzusparen sind auch benötigte Formulare für die Versicherung- oder Leihfahrzeugabwicklung vorzubereiten. Der Auftrag ist mit den zum Auftragstag bekannten Arbeitspositionen entweder in Ausgedruckter oder in EDV Form vorhanden. Bei der elektronischen Terminplanung wird die zur Verfügung stehende Kapazität der Werkstatt in Prozenten angezeigt. Eine Auftragserweiterung der zum Annahmetag bekannten Arbeitspositionen ist für eine gute Auslastung sehr wichtig. Sind die Voranmeldungen nicht komplett erweitert kann es zu einer Überlastung oder zu einer gering ausgelasteten Auftragslage kommen.⁵⁹

Die benötigten Ersatzteile werden durch die Mitarbeiter im Ersatzteillager mit einem Tag Vorlauf auf benötigte Ersatzteile überprüft und bei der Teileausgabe für den Mechaniker vorbereitet.

Welche Auswirkung hat eine schlechte Terminvorbereitung auf den folgenden Serviceprozess wenn bei der Terminvereinbarung Fehler unterlaufen sind oder wenn die Terminvorbereitung nicht durchgeführt wird?

Bei einer schlecht durchgeführten Terminvorbereitung ergeben sich für den Kunden längere Wartezeiten beziehungsweise der geplante Tagesablauf vom Kunden wird gestört. Womöglich sind die benötigten Ersatzteile nicht lagernd oder das Ersatzfahrzeug ist nicht verfügbar. Für die Mitarbeiter sorgt ein nicht vorbereiteter Termin meist für unnötigen Stress und die Auslastung in der Werkstätte kann sich verringern. Die Arbeitsqualität in der Werkstätte kann sich verschlechtern, sowie die Kosten für die Ersatzteilbeschaffung steigen.

⁵⁹ Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

Auftragsannahme

Was sind die Kundenerwartungen?

Bei der Auftragsannahme erwarten sich der Kunden eine uneingeschränkte Aufmerksamkeit, sowie ein freundliches Auftreten der Mitarbeiter im Autohaus. Die Wünsche und Anliegen die der Kunden zuvor bei der Terminvereinbarung vereinbart hat, sollen vollständig realisiert werden.

Die Auftragsannahme beginnt mit dem Eintreffen des Kunden am Firmengelände. Eine kundenorientierte Beschilderung, ein kundenorientiertes Parkleitsystem sowie ein sauberer ordentlicher Servicebereich sind die grundlegenden Voraussetzungen für eine Kundenzufriedenheit.⁶⁰

Der Empfang und die damit verbunden Annahme erfolgt bei der Direktannahme von der Serviceassistentin. Vor der Einführung der Direktannahme hat auch der Serviceberater den Empfang und die anschließende Erstellung des Vorauftrages im Autohaus Neubauer durchgeführt. Die Kunden sollen den Arbeitsplatz des Serviceberaters nicht direkt ansteuern. Die Fahrzeugannahme beginnt mit dem Empfang des Kunden am Infostand von der Serviceassistentin, um den Serviceberater frei zu halten. So wird vermieden, dass ankommende Kunden ein gerade stattfindendes Kundengespräch des Serviceberaters stören.

Je nach der Annahmeart wird die Checkliste dem Vorauftrag beigelegt. Nach dem Empfang geht die Serviceassistentin zum Serviceberater, dieser nimmt den Kunden und den dazugehörigen Vorauftrag entgegen. Nach der Begrüßung kann der gewählte oder gewünschte Direktannahme- Kernprozess starten.

Die Direktannahme steht im Annahmeprozess im Mittelpunkt. Viele Kunden haben keine Zeit und verzichten auf die Direktannahme. In einem solchen Fall wird der Auftrag von der Serviceassistentin mit dem Kunden auf Vollständigkeit geprüft und ergänzt. Anschließend wird das Fahrzeug dennoch nach Direktannahmeart vom Serviceberater geprüft und er meldet sich bei Bedarf anschließend beim Kunden telefonisch für weitere Auftragserweiterungen.

⁶⁰ Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

Direktannahme

Im Beisein vom Kunden wird der Schutzbezüge über den Fahrersitz, das Lenkrad sowie Fußmatte vom Serviceberater angebracht. Somit kann der Kunde dies wahrnehmen und schätzen. Ein späteres Anbringen der Schonbezüge vom Mechaniker wird vom Kunden nicht mehr war genommen.

Mit Hilfe der Checkliste führt der Serviceberater in Anwesenheit des Kunden die jeweilige Annahmeart durch. Die Ergebnisse werden auf der Checkliste dokumentiert. Dabei ist der Serviceberater nicht strikt an die Einhaltung der gewählten Annahmeart gebunden. Jeder Annahmeart kann flexibel miteinander kombiniert werden um eine bedarfsgerechte Fahrzeugannahme zu erlangen. Es kann zum Beispiel während der Direktannahme entschieden werden eine gemeinsame Probefahrt durchzuführen, um eine Kundenaussage zuverlässig nachvollziehen zu können und eventuelle Fehlbedienungen auszuschließen.

Während der Prüfarbeiten ist es wichtig mit dem Kunden im Dialog zu bleiben um den Kontakt nicht abbrechen zu lassen.

Bei festgestellten Mängeln am Fahrzeug muss der Serviceberater Alternativen, Lösungsvorschläge dem Kunden präsentieren und lässt ihn, wenn möglich aus mehreren Alternativen auswählen. Der Kunde soll über notwendige Reparaturen verständlich informiert werden. Alle Werkstattarbeiten müssen mit guter Argumentation verkauft werden. Bei einer Zustimmung des Kunden kann durch den direkten Zugriff auf die Datenbank die Verfügbarkeit der Ersatzteile abgeklärt werden. Nach einer Kontrolle der verfügbaren Werkstattauslastung wird mit dem Kunden ein Fertigstellungstermin vereinbart. Vom Hersteller stehen dem Serviceberater im Autohaus Neubauer viele Werkstattpakete (wie Verschleißteilreparatur-, Wartungs- und Aktionspakete) zur Verfügung. Damit kann ein genauer Rechnungsbetrag genannt werden. Nach Beendigung aller Prüfarbeiten und Kontrolle der Checkliste wird der Auftragsumfang mit dem Kunden nochmals wiederholt und anschließend der Auftrag mit der Kundenunterschrift abgeschlossen. Danach wird für die Mobilität des Kunden gesorgt, und eventuell ein Hol- und Bringservice organisiert.

Hat der Kunde ein Leihfahrzeug reserviert, wird der Kunde noch vom Serviceberater zu diesem begleitet und bis zum Abholtermin von ihm verabschiedet.

Die Direktannahme ermöglicht dem Serviceberater einen genauen Preis für die Reparatur zu nennen und schafft eine gute Basis für die abschließende Rechnungserklärung mit dem Kunden.

Auftragsdurchführung

Nach Beendigung der Direktannahme mit den Kunden fährt der Serviceberater mit dem Fahrzeug in die Werkstatt oder parkt das Fahrzeug am Werkstattabstellplatz. Der Serviceberater übergibt dem Mechaniker das Fahrzeug mit dem dazugehörigen Werkstattauftrag mit dem Hinweis auf etwaige Arbeitspositionen und den Fertigstellungstermin.

Mit Hilfe der Direktannahme kann der Produktivitätsverlust wegen nachträglicher Kundenrückfragen verringert werden. Die während der Arbeit festgestellten Auftragserweiterung und der damit verbundenen unproduktiven Wartezeit der Monteure fällt weg. Außerdem können für den Kunden unangenehme wiederholte Werkstattaufenthalte durch vorherige Abfrage der Ersatzteilverfügbarkeit vermieden werden.

Dem Kunden wurde eine vollständige Erledigung seines Auftrages zu einem vereinbarten Termin vom Serviceberater versprochen. Er vertraut auf eine ordentliche erbrachte Arbeitsleistung. Nun liegt es an der Auftragsausführung diese Erwartungen zu vollster Zufriedenheit zu erfüllen. Das oberste Ziel ist dabei eine Wiederholungsreparatur zu vermeiden. Die Arbeitsqualität der Werkstätte ist ein Aushängeschild des Unternehmens. Außerdem ist die Sauberkeit und Ordnung in der Werkstätte sowie die Verwendung der richtigen Werkzeuge und der Werkstattliteratur eine Grundlage für eine hohe Arbeitsqualität.⁶¹

⁶¹ Vgl. Volkswagen AG, Service Kernprozess Dialogannahme ,2008

Qualitätskontrolle

Die Qualitätskontrolle ist die Vorbereitung auf die Fahrzeugrückgabe und ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Servicequalität. Damit eine hohe Qualität bzw. die Zahl der wiederholten notwendigen Werkstattbesuche zu minimieren ist ein Qualitätsmanagement notwendig. Das Qualitätsmanagement im Autohaus beinhalten folgende Kriterien:

- Laufende Aus- und Weiterbildung der Kfz- Techniker im Unternehmen
- Bestmögliche Ausstattung der Werkstätte, Einhaltung erforderlicher Prüfungen der Werkstatteinrichtung
- Vollständige Auftragserfassung durch den Serviceberater in der Direktannahme
- Gute Zusammenarbeit zwischen, Ersatzteillager, Serviceleiter, Serviceberater und Serviceassistenz
- Gerechte Entlohnung, Erfolgsbeteiligung
- Sauberer Arbeitsplatz⁶²

Das Qualitätsmanagement in der Direktannahme beginnt bereits bei der Terminannahme mit der Terminentzerrung. Eine hohe Qualität wird nur bei ausreichender Zeit gewährleistet.

Dem Kunden selbst kann man durch den Einsatz der Fahrzeugschoner und durch die Zurückgabe eines sauberen Fahrzeuges einen hohen Qualitätsstandard sichtbar gemacht.

Nach der Auftragsdurchführung bespricht der Werkstattmeister die durchgeführten Arbeiten mit dem Mechaniker und überprüft mit der anschließenden Qualitätskontrolle die geleisteten Arbeiten. Je nach durchgeführter Arbeit wird das Fahrzeug auf der Hebebühne nachkontrolliert und für die darauffolgende Fahrzeugrückgabe vorbereitet.

⁶² Vgl. Brachat H., Wagner E., 2003, Erlebnis Dialogannahme

Vorbereitung der Rückgabe

Bei der Abholung des Fahrzeuges hat der Kunde bestimmte Erwartungen.

- Ist das Fahrzeug fertig?
- Wurde der Auftrag zur Gänze erledigt?
- Wurde der zuvor vereinbarte Preis zur vereinbarten Qualität erfüllt?

Für die Fahrzeugübergabe wird eine Außenwäsche bzw. je nach Reparatur eine Innenreinigung durchgeführt. Anschließend wird eine mögliche Kundenaufmerksamkeit „Give- Away“ ins Fahrzeug gelegt und auf den Kundenabholplatz abgestellt. Inzwischen werden vom Serviceberater der Werkstattauftrag und die ausgemachte Rechnungssumme auf Richtigkeit geprüft. Rechnung, Fahrzeugschlüssel und etwaige Formulare, wie der Folter für die Mobilitätsgarantie werden für die Abholung von der Serviceassistentin bereitgehalten.

Fahrzeugübergabe

Bei der Fahrzeugrückgabe geht es in erster Linie darum, den Werkstattbesuch des Kunden im Autohaus zu einem positiven Abschluss zu bringen und somit ein gutes Gefühl zu vermitteln.

Bei der Fahrzeugrückgabe wird auf die vereinbarten Arbeiten, die Sicherheit des Fahrzeuges sowie auf die Einhaltung der vereinbarten Rechnungssumme aufmerksam gemacht.

Für eine zusätzliche Transparenz der durchgeführten Wartungsarbeiten wird bei jedem Service der richtige Serviceplan erstellt und vom Mechaniker ausgefüllt und als Kopie mit der Rechnung dem Kunden übergeben.

Rechnungserklärung

Durch den am Ende der Direktannahme genannte Rechnungsbetrag und der vom Kunden bestellten Arbeiten wird die Rechnung keine böse Überraschung für den Kunden. Der Kunde kann sich bereits vorher auf seine ausgemachte Zahlungsart einstellen. Bei der Rechnungserklärung werden die letzten Unklarheiten mit dem Kunden beseitigt und es kann auf einzelne Punkte auf der Wartungsliste eingegangen werden.

Ein Punkt, der bei der Kundenzufriedenheitsbefragung des Autohauses Neubauer schlecht bewertet wurde ist auch das Preis/ Leistungsverhältnis. Dies ist vermehrt zu beobachten, wenn im Zuge der Wartungsarbeit ebenfalls eine Verschleißteilreparatur durchgeführt wird. Der Kunde trennt den Preis für die Wartung nicht von der notwendigen Verschleißteilreparatur, wie zum Beispiel das Erneuern der Bremsklötze. Durch die Rechnungssplittung werden die Servicerechnung und die Verschleißteilreparatur getrennt angeführt. So kann der Kunde leichter unterscheiden und eine gewisse Transparenz der Servicekosten erzielt werden.

Nachbetreuung

Ziel der Nachbetreuung ist es versteckte Unzufriedenheit aufzudecken und diese zu beseitigen. Hauptsächlich hilft sie Schwachstellen im Unternehmen zu entdecken und dient für Anregungen zur Leistungsverbesserung. Die Nachbetreuung ist ein Anlass um mit den Kunden in Kontakt zu bleiben. Ein Großteil der Kunden reagiert über einen Nachbetreuung positiv und ist über den Anruf begeistert. Dabei kann man bei dieser Kontaktaufnahme oft mehr über den Kunden in Erfahrung gebracht werden und trägt positiv zur Kundenzufriedenheit bei.

Der Kundenauftrag wurde mit besten Wissen und Gewissen durchgeführt, ist der Kunde aber auch in derselben Meinung? Die Auswahl der befragten Kunden erfolgt nach dem Zufallsprinzip. Bei größeren Reparaturen empfiehlt es sich gezielt diese Kunden anzurufen um womöglich bei einer noch nicht bekannten Reklamation schnell zu reagieren. Ergebnisse aus solchen Befragungen sollen kontinuierlich, mit den verantwortlichen Personen besprochen werden und sind als Chance für Verbesserung zu sehen. Auf jedem Fall ist eine solche Befragung, die zwischen 5 und maximal 10 Tage nach der Reparatur durchgeführt wird, ein schnelleres Feedback als die monatliche durchgeführte Kundenzufriedenheitsbefragung. Mit einer gezielten Befragung kann der Erfolg der Direktannahme schnell und unkompliziert ermittelt werden.

Manche Kunden sind wegen einer Erfahrung mit dem Autohaus unzufrieden, suchen aber nicht selbst das Gespräch und wechseln womöglich zu einem anderen Autohaus. Mit der telefonischen Nachbetreuung erlangt das Autohaus eine 2. Chance zur Wiedergutmachung und trägt zur Kundenbindung bei.

4 Zusammenfassung

Wir alle nehmen Dienstleistungen in Anspruch. Der Großteil der Bevölkerung ist in Dienstleistungsbereich tätig. Die Ansprüche und Leistungen für diese Dienstleistungen werden immer höher. Die Kunden haben die Wahlmöglichkeit welche und wo sie die Dienstleistung in Anspruch nehmen. In der Automobilbranche sieht es nicht anders aus. Der Kunden bestimmt die Richtung und wählt das Autohaus seines Vertrauens. Mehr als zuvor ist der Erfolg des Autohauses von der Kundenzufriedenheit abhängig und bestimmt ob der Kunden wiederkommt.

Viele Dienstleistungen die heute von den Autohäusern dem Kunden als selbstverständliche angeboten werden, waren vor einigen Jahren noch nicht denkbar oder wurden nur besonderen Kunden angeboten. Zu diesen Dienstleistungen zählen das Hol- und Bringservice, die Bereitstellung eines Leihfahrzeuges oder die Durchführung einer kostenlosen Fahrzeugwäsche. Heutzutage ist das Personal im Autohaus viel stärker als Dienstleister tätig und sind täglich bemüht die individuellen Bedürfnisse der Kunden durch entsprechende Leistungen gerecht zu werden.

Um auf den Markt langfristig Erfolgreich tätig zu sein reicht es nicht aus einzelnen Dienstleistungen besser anzubieten als die Mitbewerber. Die Autohäuser müssen das Niveau der Kundenzufriedenheit insgesamt erhöhen, indem sie das Verhalten auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden abstimmen.

Zu Beginn dieser Arbeit wurde die Problemstellung bei der Durchführung der Direktannahme aufgezählt. Die hauptsächlichen Probleme lagen im zeitlichen Ablauf, der ständige Besetzung der Hebebühne in der Direktannahme und beim organisatorischen Ablauf rund um die Fahrzeugannahme.

Die Problem die einen optimalen Ablauf der Fahrzeugannahme stören, waren schnell gefunden. Mit der Prozessoptimierung wurde ein optimaler Ablauf in der Fahrzeugannahme und der anschließenden Fahrzeugrückgabe gefunden. Ein besonderes Augenmerk wird auf die Fahrzeugrückgabe mit der detaillierten Rechnungserklärung und auf dem Einsatz der Direktannahme Wert gelegt. Die kontinuierliche Nachbetreuung der Kunden verspricht eine hohe Kundenbindung und wird in der Zukunft vermehrt eingesetzt.

In der einzelnen Prozessoptimierung werden die Maßnahmen im Autohaus beschrieben die für einen erfolgreichen Einsatz der Direktannahme erforderlich sind. In den letzten Jahren mussten viele Autohäuser aufgrund ihrer Händlerverträge eine von der Werkstätte baulich getrennte Direktannahme errichten. Diese wurde aber kaum genutzt. In der Zukunft werden aber auch die einzelnen Fahrzeughersteller vermehrt auf den Einsatz dieser speziellen Fahrzeugannahme bestehen. Die Prozessoptimierung welche im Zuge dieser Diplomarbeit erstellt wurde, kann auch in anderen Autohäusern zum Einsatz kommen. Bei Gesprächen mit einigen Kundenberatern ist immer von der Problematik der Hauptannahmezeiten in der Früh und der fehlenden Zeit für die Direktannahme die Rede.

Damit die Direktannahme auch beim Kunden zu einem Erfolg führt, bedarf es noch einige Zeit. Viele Kunden konnten mit dem Begriff Direktannahme kaum etwas anfangen. Durch das ständige Anbieten der Direktannahme, bereits bei der Terminvereinbarung, nehmen immer mehr Kunden diese in Anspruch.

Durch die Nutzung der Direktannahme ist bei der Kundenzufriedenheitsbefragung im Autohaus Neubauer bereits eine Steigerung zu bemerken.

Damit die Direktannahme langfristig zu einem Erfolg führt, ist ein hoher Motivationsgrad der Mitarbeiter erforderlich. Die Voraussetzung für den Erfolg der Direktannahme sind die einzelnen Mitarbeiter im Serviceprozess, denn ohne ihren Einsatz und Willen kann die Direktannahme erst zu einem Erfolg werden.

Mit dem Einsatz der Direktannahme erlangt das Unternehmen einen erheblichen Vorteil. Aufgrund der zunehmenden Kundenorientierung im Autohaus hat die Direktannahme für die Zukunft höchste Priorität.

5 Literaturverzeichnis

Bücher:

Brachat H., Wagner E., *Erlebnis Dialogannahme*. Ottobrunn: Auto Buisness Verlag, 2003.

Bruhn M., Homburg C., *Handbuch Kundenbindungsmanagement*. Wiesbaden: Verlag Gabler, 2005.

Diez W., Reindl St., Brachat H., *Grundlagen der Automobilwirtschaft*. München: Springer Automotive Media, 2012.

Meffert H., Bruhn M., *Dienstleistungsmarketing*. Wiesbaden: Verlag Gabler, 2006.

Rudolph A., Sieg C., *Der professionelle Serviceberater*. München: Auto Business Verlag, 2009. Bd. 4. Auflage.

Volkswagen AG, Die Dialogannahme. *Selbststudienpogramm Organisation*. Wolfsburg: s.n., 2008. Bd. 10.

Volkswagen AG, Service Kernprozess: Auftaktband *Selbststudienpogramm Organisation*. Wolfsburg: s.n., 2007. Bd. 1.

Wagner E., *Aktiver Serviceverkauf*. München: Auto Buisness Verlag, 2007.

Internet:

ADAC, ADAC Werkstatttest 2012, [abgerufen am: 21. 06 2013.] <www.adac.de>

Autohaus Spaett, Autohaus Stellenbeschreibung. [abgerufen am: 21. 06 2013.] <<http://www.spaett.de>>

DAT- Report 2013, [abgerufen am: 10. 06 2013.] <<http://dat-report.de>>

J.D.Power, J. D. Power Europe. Vehicle Ownership Satisfaction Study (VOSS) Deutschland. [abgerufen am: 02. 06 2013.] <<http://europe.jdpower.com/products/research/>>

Porsche Austria, Kundenzufriedenheitsbefragung 2011, 2011. [abgerufen am: 03. 06 2013.] <www.auto-partner.net/>

Tema- Q Marktforschung, Servicequalität für Firmenfahrzeuge. [abgerufen am: 01. 07 2013.] <<http://www.tema-q.de>>

Selbständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe.

Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Spielberg, den 31.07.2013

.....

Martin Brandner